

1 Wat is economie?

Definitie van de economie

- **Economie** is een sociale wetenschap die de keuze bestudeert die mensen, bedrijven, overheden en de ganse maatschappij maakt, wanneer zij geconfronteerd worden met schaarste en de stimuli die kun keuzes beïnvloeden.
- **Schaarste** = onmogelijkheid om aan al onze behoeften te voldoen
→ keuzes maken o.i.v stimuli/aansporing
- 2 delen:
 - **Micro-economie** is de studie van de keuzes die mensen en bedrijven maken, hoe deze keuzes interageren in de markten en de invloed van de overheden op de keuzes die gemaakt worden.
 - **Macro-economie** is de studie van de resultaten van de nationale en globale economie.

Twee grote economische vragen

- Hoe kunnen keuzes uiteindelijk bepalen **wat, hoe, wanneer, waar** en **voor wie** goederen en diensten worden geproduceerd?
- Wanneer gaan de uit **eigenbelang** gemaakte keuzes ook het **sociale belang** nastreven?

Goederen en diensten zijn de zaken die mensen waarderen en produceren om hun behoeften te bevredigen

VRAAG 1

Wat?

= afh v/d periode en tijd.

Hoe?

Goederen en diensten geproduceerd door productiefactoren in 4 cat:

- Land = de geschenken v/ natuur → natuurlijke hulpbronnen
- Arbeid = het werk en de moeite die mensen besteden
→ Kwaliteit ervan hangt af van het **menselijk kapitaal** = de kennis en de vaardigheden die mensen verkrijgen door onderwijs, training en werk ervaring
- Kapitaal = de hulpmiddelen, instrumenten, machines, gebouwen en andere constructies die gebruikt worden om te produceren. (geen echte productiefactor!)
- Ondernemerschap = de menselijke middelen die land, arbeid en kapitaal organiseren

Wanneer?

De studie van de economie helpt ons in te schatten wanneer de goederen en diensten geproduceerd moeten worden.

Vb. Dit jaar was april een zeer warme maand, bierleverancier zaten bijna allen door (of bijna) door hun stok heen. Het is dus belangrijk om op de juiste moment met een goede hoeveelheid te produceren.

Waar?

Waar kunnen we best produceren?

Voor wie?

→ Bepalend voor het inkomen per persoon! Immers:

- Land brengt rente op.
- Arbeid brengt loon op.
- Kapitaal brengt intrest op.
- Ondernemerschap brengt winst op

VRAAG 2

Eigenbelang/sociaal belang

Produceren we de juiste dingen in de juiste hoeveelheden op de goede plaats?

Vb. Het aids-medicijn: Vooral in Afrika hebben ze er nood aan, maar het is te duur en ze kunnen het niet betalen → Het medicijn heeft geen markt, het bereikt zijn doelgroep niet!

- **Eigenbelang** zijn keuzes waarvan je denkt dat ze de beste zijn voor jou.
- **Sociale belang** keuzes die gelden als de beste voor de ganse gemeenschap

Economische manier van denken

→ plaatst schaarste en de gevolgen ervan, en keuze, centraal (keuze = afweging)

vb. Sparen voor een fiets ↔ iets meer consumeren nu en met de bus gaan?

- *Wat-afwegingen*: hoe gaan we het inkomen spenderen?
- *Hoe-afwegingen*: kiezen tussen verschillende productiemogelijkheden
- *Voor wie-afwegingen*: “de big trade-off” afwegingen tussen gelijkheid en efficiëntie

Opportunitetskost van de gekozen activiteit = het hoogst gewaardeerde alternatief dat we opgeven om iets anders te verkrijgen = elke keuze heeft een kost

Kiezen op de marge = vergelijking van het voordeel van een beetje meer van een goed/activiteit met zijn kost

Marginale opbrengst = de voordelen van het nastreven van een stijgende verhoging van een activiteit (Wat levert een extra output op)

Marginale kost = de opportunitetskost van het nastreven van een stijgende verhoging van een activiteit (Wat kost een extra output)

→ Marginale kost > Marginale opbrengst: mensen gaan minder v.d. activiteit uitvoeren

→ Marginale kost < Marginale opbrengst: mensen gaan meer v.d. activiteit uitvoeren

De stimuli zijn de sleutel om het eigenbelang en het maatschappelijk belang in overeenstemming te brengen!

Economie: een sociale wetenschap

2 types verklaring:

- “Wat is” = **positieve verklaring**: bevestigd met feiten
- “Wat zou moeten zijn” = **normatieve verklaring**: kan niet bevestigd worden

Positieve verklaringen verenigen en ontdekken hoe economische wereld werkt

Om de economische wereld te verstaan volgen we drie stappen:

- *Observatie en metingen* van de activiteit
- *Het bouwen van modellen*
Economisch model = een beschrijving van sommige aspecten van de economische wereld waarin enkel die eigenschappen van de wereld zijn opgenomen die nodig zijn voor de doelstellingen van het model
- *Testmodellen: testen van economisch model*

Economische theorie

= een veralgemening die tracht samen te vatten wat we denken te verstaan over de economische keuzes die mensen maken en de prestaties van de bedrijven en de ganse economie

= voorstelling werkelijkheid

= brug tussen model en werkelijkheid

Economen experimenteren met 1 variabele als **ceteris paribus** of “alle andere dingen gelijk blijven. → zo proberen ze een oorzaak-gevolg relatie te isoleren door slecht 1 variabele tegelijkertijd te veranderen

1.1 Grafieken in de economie

Grafisch voorstellen van data

Tijdreeks-grafiek

- X-as: tijd
- Y-as: variabele naar keuze
→ toont hoe variabele verandert en hoe snel, en of er een trend aanwezig is

Cross-section-grafiek

= voorstelling van de waarde van 1 variabele voor verschillende groepen op een bepaald ogenblik

Scatter diagram

- X-as: waarde 1^e variabele
- Y-as waarde 2^e variabele
→ Toont of ze in dezelfde/tegengestelde richting bewegen

4 patronen tussen variabelen:

- *Variabelen bewegen in dezelfde richting* = positief/direct verband = omhooghellende lijn
→ lineair = rechte lijn
- *Variabelen bewegen in verschillende richting* = negatief verband/invers verband = helt naar beneden
- *Variabelen hebben een maximum of een minimum* = deel positief, deel negatief
- *Variabelen vertonen geen relatie*: rechte // X/Y-as

Helling bij rechte lijn = cte

Helling bij gebogen curve = raaklijn in punt aan grafiek → verandert voor grafiek

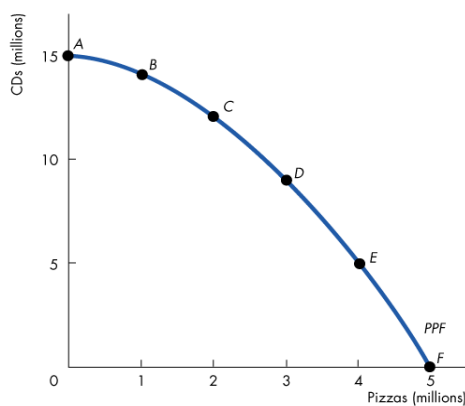
2 Het economische probleem

Productiemogelijkheden en opportunity cost

De **productiemogelijkhedenlijn (PPF)** = de grens tussen de combinatie van goederen en diensten die kunnen geproduceerd worden en deze die niet geproduceerd kunnen worden met de beschikbare productiefactoren

→ inzoomen op 2 goederen, de rest is *ceteris paribus*! : vb. CD (Y-as), pizza (X-as)

- Punten onder curve haalbaar = inefficiënt
→ Men gaat goederen foutief alloceren.
- Punten boven curve onmogelijk → Schaarste!
- Punten op curve zijn **productie-efficiënt** = je kan niet meer van het ene goed produceren zonder daling te hebben van productie van het ander goed → afweging is nodig



Verandering van E naar F: De opportunity cost van 1 miljoen pizza is 5 miljoen CDs: 1 pizza kost 5 CDs

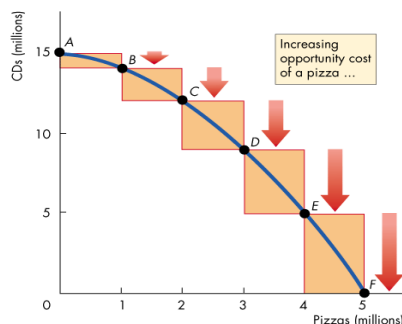
De opportunity cost van 5 miljoen CD's is 1 miljoen pizza's: 1 CD kost 1/5 van een pizza

De productiefactoren zijn niet even productie
→ In alle mogelijke combinaties is PPF concaaf!
Een concave PPF-curve houdt in dat indien de geproduceerde hoeveelheid van elk goed stijgt, de opportunity costs eveneens stijgen.

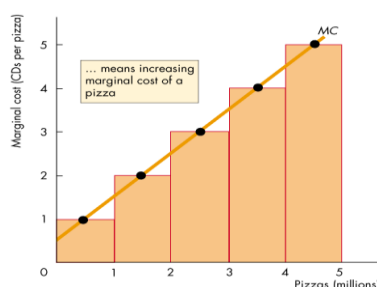
Efficiënt gebruik van middelen

= vergelijken van kosten en opbrengsten punten op de PPF om de economisch meest verantwoorde combinatie te kiezen.

Marginale kost



(a) PPF and opportunity cost



(b) Marginal cost

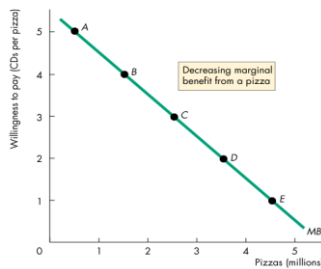
De **marginale kosten** van een goed of dienst = de opportunity cost om 1 eenheid meer van dit goed of deze dienst te produceren

Beweging langsheen de PPF, geeft een stijging van de opportunity costs en een stijging van de marginale kosten van de productie van pizza weer

De blokken op deze grafiek geven de stijgende opportunity cost van pizza weer.

De zwarte punten en de rechte (MC) geven de marginale kosten van pizza weer (gaan door het midden van de staaf).

Marginale opbrengst



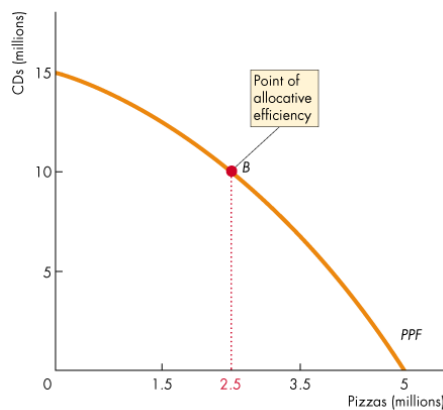
De marginale opbrengsten van een goed = de ontvangen voordelen bij de consumptie van 1 of meer eenheden hiervan

Algemeen: hoe meer er voorhanden is van een goed of dienst hoe kleiner de marginale opbrengst en hoe minder men bereid is te betalen voor een bijkomende eenheid = dalende marginale opbrengst (op curve zien we dit door de dalende helling!)

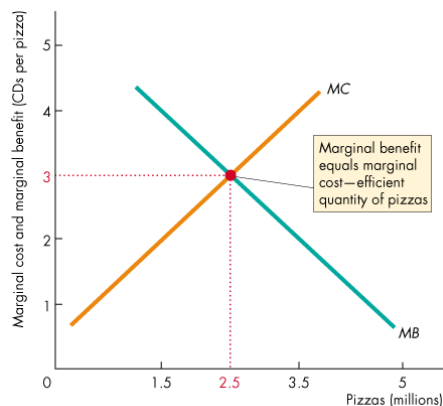
Toegewezen efficiëntie bereikt wanneer we niet meer kunnen produceren van een goed zonder een ander goed dat we meer waarderen op te moeten geven:

marginale opbrengst = marginale kost

→ Een punt op de PPF dat we nóg meer waarderen dan een ander punt op de PPF!



(a) On the PPF



(b) Marginal benefit equals marginal cost

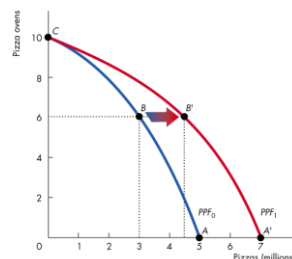
Economische groei

= De uitbreiding van productie mogelijkheden en verhoging van de levensstandaard

De kost van de economische groei: beïnvloed door 2 factoren:

- **Technologische veranderingen:** de ontwikkeling van nieuwe goederen en betere productiemethoden voor goederen en diensten

→ PPF naar buiten



Door vandaag in pizzaovens te investeren verschuift de PPF-curve naar rechts

→ De opportunity cost van méér pizza's in de toekomst is minder pizza's nu!

- **Kapitaalaccumulatie:** de groei van kapitaalmiddelen, inclusief het humaan kapitaal
vb. Als jij nu niet produceert maar 10 kinderen opvoed, zullen er later 10 produceren i.p.v. nu maar 1!

Voordeel uit handel

Vergelijkend/comparatief voordeel = dit heeft hij uit een activiteit als hij de activiteit kan uitvoeren aan een lagere opportuniteitskost in vergelijking met gelijk wie anders

Absoluut voordeel indien hij ook productiever is dan de anderen

→ Voorbeeld: Erin's en Jack's Smoothie Bar! (p13 e.v. in slides)

Learning-by-doing = door herhaaldelijk produceren van goed/dienst wordt stijgt productiviteit met lagere opportuniteitskost

Dynamisch vergelijkend voordeel = vergelijkend voordeel door toepassing van learning-by-doing

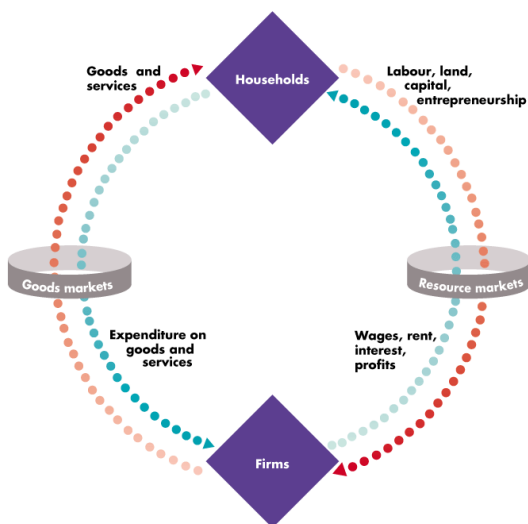
Keuzes en toewijzing van middelen coördineren

Om van de voordelen van handel te kunnen profiteren, moeten de keuzes van individuen gecoördineerd worden.

A.d.h.v. 4 type instellingen:

- **Bedrijven** = economische eenheid die productiefactoren combineert om goederen en diensten te produceren en te verkopen
- **Markten** = regelingen die toelaten dat kopers en verkopers communiceren en info krijgen van elkaar en zaken met elkaar kunnen doen.
- **Eigendomsrechten** = sociale overeenkomsten die eigendoms- en gebruikersrecht en de beschikbaarheid van middelen, goederen en diensten regelen
- **Geld** = een grondstof of bewijs dat algemeen aanvaard wordt als betaalmiddel.

Circulaire stromen in een markteconomie



De figuur toont de stroom die ontstaat uit de keuzes die huishoudens en bedrijven maken.

→ Goederen & diensten en productiefactoren stromen in dezelfde richting.

→ En geld stroomt in de tegenovergestelde richting.

Prijzen zullen zich aanpassen om de beslissingen van de kopers en de verkopers op de markt te coördineren.

3 Vraag en aanbod

Prijzen en opportunitetskosten

Competitieve markt = een markt met veel kopers en verkopers zodat geen enkele individuele koper of verkoper de prijs kan beïnvloeden

Geldelijke prijs van een goed = de hoeveelheid geld die nodig is om dit goed aan te schaffen.

Relatieve prijs van een goed = de ratio van de prijs van het goed en deze van het beste alternatief: de zgn. opportunitetskost

→ vraag en aanbod bepalen de relatieve prijs

Vraag

Als je iets vraagt, dan:

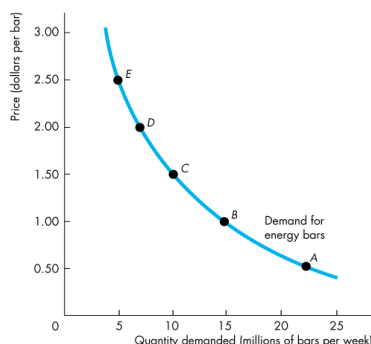
1. Wil je het,
2. Kan je het je veroorloven, en
3. Ben je van plan het te kopen.

→ Er is **behoefte**: de ongelimiteerde verlangens of wensen van mensen naar bepaalde goederen en diensten. De vraag reflecteert een beslissing om aan bepaalde behoefte te voldoen.

Gevraagde hoeveelheid van een goed of dienst = de hoeveelheid die verbruikers van plan zijn te kopen op een bepaalde plaats en in een bepaalde tijdspanne tegen een bepaalde prijs
= niet noodzakelijk koper

De wet van de vraag = Ceteris paribus, hoe hoger de prijs van een goed, hoe kleiner de gevraagde hoeveelheid: komt voort uit 2 effecten

- **Substitutie-effect** = Wanneer de relatieve prijs (opportunitetskost) van een goed of dienst stijgt, zoeken mensen naar substituten voor dit goed. De gevraagde hoeveelheid van het goed of dienst zal dus dalen
- **Inkomens-effect** = Wanneer de vraag (prijs) van een goed of dienst relatief stijgt tov het inkomen, kunnen mensen zich niet meer alles veroorloven. De hoeveelheid van het gewenste goed of dienst zal dalen.



Een **vraagcurve** geeft de relatie weer tussen de gevraagde hoeveelheid van een goed en zijn prijs wanneer alle andere invloeden op de geplande aankopen van de consumenten gelijk blijven.

Hoe kleiner de beschikbare hoeveelheid, hoe hoger de prijs die iemand wil betalen voor een bijkomende eenheid
→ Betalingsbereidheid meet de marginale opbrengsten

- X-as: gevraagde hoeveelheid
- Y-as: prijs

Een verandering van de vraag

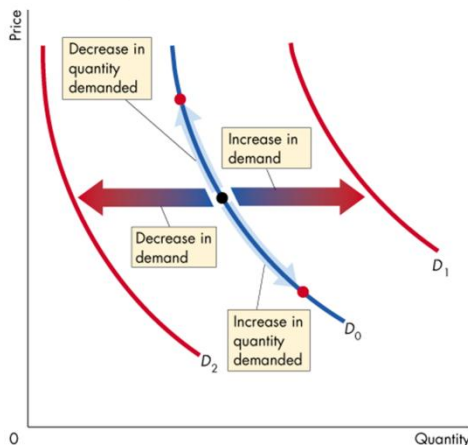
= wanneer een andere factor dan een verandering in prijs de koopplannen beïnvloed

→ vraagcurve verschuift naar dit goed

Zes belangrijke factoren die de vraag beïnvloeden zijn:

- 1 *De prijs van gerelateerde goederen:*
substitutiegoed = goed dat ander goed kan vervangen
complementair = goed gebruikt in combinatie met ander
→ Wanneer de prijs van een substitutiegoed voor een bepaald goed stijgt of wanneer de prijs van een complementair goed voor een bepaald goed daalt, dan zal de vraag naar dat bepaald goed stijgen!
- 2 *Verwachte toekomstige prijzen:*
In de toekomst wordt een prijsstijging van een bepaald goed verwacht
→ Er is nu stijging van de vraag
→ Vraagcurve verschuift naar rechts!
- 3 *Inkomen:*
Als het inkomen stijgt zullen consumenten meer kopen van de meeste goederen.
normaal goed = vraag stijgt als inkomen stijgt
inferieur goed = vraag daalt als inkomen stijgt
- 4 *Verwacht toekomstig inkomen*
Een verwachte stijging van het inkomen doet de huidige vraag stijgen
- 5 *Populatie (bevolking)*
Hoe groter de populatie, hoe groter de vraag
- 6 *Voorkeuren*
Mensen hebben een verschillende vraag gebaseerd op andere voorkeuren

De vraagcurve :



Verandering in gevraagde hoeveelheid

→ Wanneer enkel de prijs verandert, is er een verandering in de gevraagde hoeveelheid
→ Beweging langs curve

Verandering van vraag door een andere factor

→ De koopplannen worden veranderd
→ Beweging van de curve

Aanbod

Als een bedrijf goederen en diensten aanbiedt, dan heeft dit bedrijf:

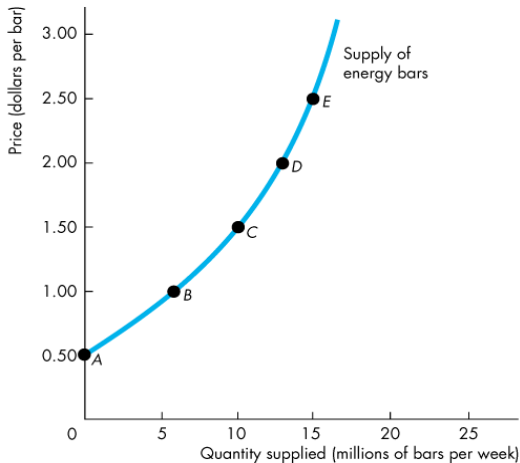
- 1 De middelen en de technologie om deze te produceren,
- 2 Kan het winst halen uit die productie, en
- 3 plant de productie en de verkoop ervan.

Middelen en technologie kunnen de productie beperken. Het aanbod reflecteert de beslissingen welke goederen technisch kunnen geproduceerd worden

Aangeboden hoeveelheid van een goed of dienst = de hoeveelheid die producenten van plan zijn te verkopen gedurende een bepaalde periode aan een gegeven prijs
(tijd is nodig om weer te geven of een bepaald aantal groot of klein is!)

Wet van aanbod = Ceteris paribus, hoe hoger de prijs van een goed, hoe groter de aangeboden hoeveelheid

→ komt voort uit stijging marginale kost als productiehoeveelheid stijgt
(producenten willen enkel aanbieden wanneer minstens hun marginale productiekosten gedekt zijn)



De **aanbodcurve** geeft de relatie tussen de aangeboden hoeveelheid van een goed en zijn prijs weer wanneer alle andere invloeden op de geplande verkoop door producenten gelijk blijven.
= minimum-aanbod-prijs-curve

Een stijging in prijs, ceteris paribus, leidt tot een stijging van de aangeboden hoeveelheid.

Bij toename van de hoeveelheid
→ stijging van de marginale kost.

De laagste prijs voor dewelke iemand bereid is een bijkomende eenheid te verkopen stijgt
→ Deze laagste prijs is de marginale kost.

Een verandering van het aanbod

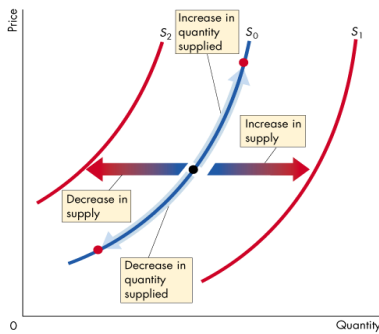
= wanneer andere factoren dan prijs de verkoopplannen veranderen

→ verschuiving van curve

Vijf belangrijke factoren die het aanbod beïnvloeden:

- 1 *De prijzen van productiefactoren:*
Wanneer de prijs v.e. productiefactor stijgt, zal minimumprijs die de aanbieder wil aanvaarden stijgen
→ van het dalend aanbod
- 2 *De prijzen van de complementaire – en de substitutie goederen:*
Substitutiegoederen van een goed in productie zijn andere goederen die met dezelfde productiefactoren kunnen geproduceerd worden.
Complementaire goederen van een goed in productie zijn goederen die samen dienen geproduceerd te worden.
→ Het aanbod van een goed stijgt en zijn aanbodcurve verschuift naar rechts indien de prijs van een substitutiegoed in productie daalt of als de prijs van een complementair goed in productie stijgt.
- 3 *Verwachte toekomstige prijzen*
Als er een prijsstijging van een goed verwacht wordt, dan zal het huidige aanbod dalen en de curve zal naar links verschuiven.
- 4 *Het aantal aanbieders*
Hoe meer aanbieders, hoe groter het aanbod
→ aanbodscure naar rechts
- 5 *Technologie*
Positieve technologische vooruitgang doet de productiekosten dalen, waardoor het aanbod stijgt en de aanbodscure naar rechts verschuift.

De aanbodscurve:



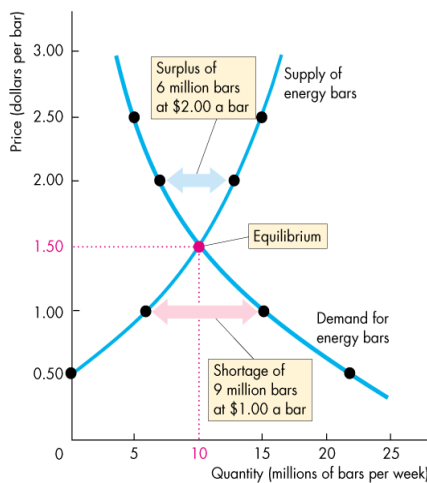
Een verandering in de aangeboden hoeveelheid

- Enkel wanneer de prijs van een goed verandert
- Beweging langs de curve

Een verandering in aanbod door een andere factor

- Verkoopplannen worden beïnvloed
- Beweging van de curve

Marktevenwicht



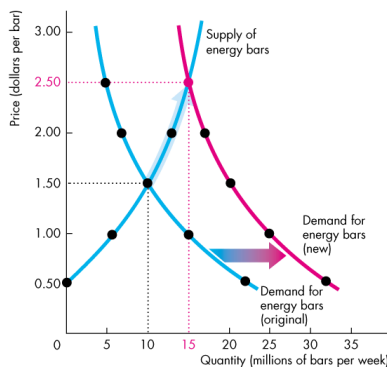
Evenwichtsprijs = de prijs waarbij de gevraagde en aangeboden hoeveelheid gelijk zijn

Evenwichtshoeveelheid = de hoeveelheid gekocht en verkocht bij de evenwichtsprijs

- Bij prijzen onder het evenwicht, zorgt een tekort voor een prijsstijging
- Bij prijzen boven het evenwicht, daalt de prijs door een overschot

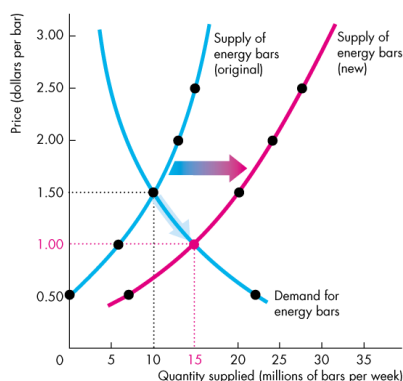
Een markt beweegt naar evenwicht omdat de prijzen koop- en verkoopplannen regelen en omdat prijzen zichzelf aanpassen wanneer die koop- en verkoopplannen niet overeenkomen.

Veranderingen voorspellen in prijs en hoeveelheid



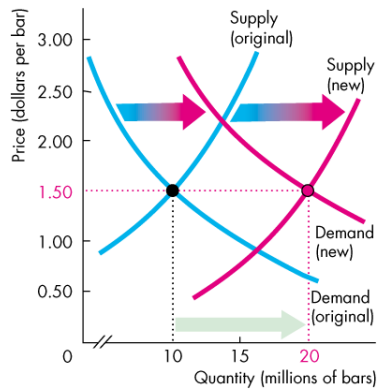
Een **stijging in de vraag** verschuift de vraagcurve naar rechts en creëert een tekort aan de oorspronkelijk prijs

- De prijs stijgt en de aangeboden hoeveelheid stijgt (verschuiving langs de aanbodscurve)



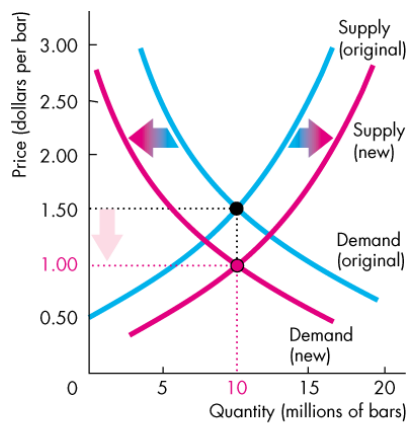
Een **stijging in het aanbod** leidt tot een verschuiving naar rechts van de aanbodcurve en creëert een overschot aan de oorspronkelijke prijs

- De prijs daalt en de gevraagde hoeveelheid stijgt (verschuiving langs de vraagcurve)



Een stijging in zowel vraag en aanbod verhoogt de evenwichtshoeveelheid maar heeft een onzeker effect op de evenwichtsprijs.

(e) Increase in both demand and supply

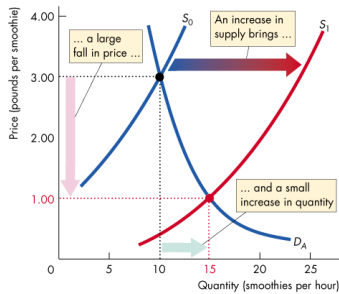


Een verhoging van het aanbod en een verlaging van de vraag verlaagt de evenwichtsprijs maar heeft een onzeker effect op de evenwichtshoeveelheid

(f) Decrease in demand and increase in supply

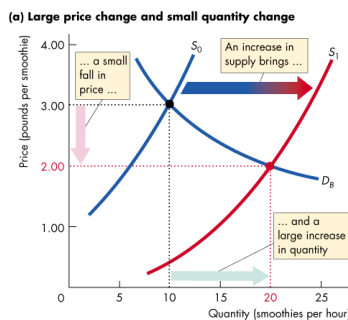
4 Elasticiteit

Inleiding



→ Grafiek toont:

- verhoging van het aanbod
- grote daling in prijs
- kleine stijging van de gevraagde hoeveelheid.

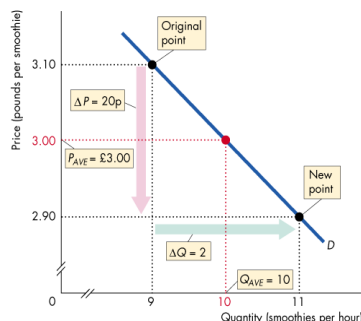


→ Grafiek toont:

- verhoging van het aanbod
- kleine daling in prijs
- een grote stijging van de gevraagde hoeveelheid.

→ Het verschil tussen beide resultaten toont aan dat er behoefte is een maatstaf voor de gevoeligheid van de gevraagde hoeveelheid en de prijsverandering!

Prijselasticiteit van de vraag



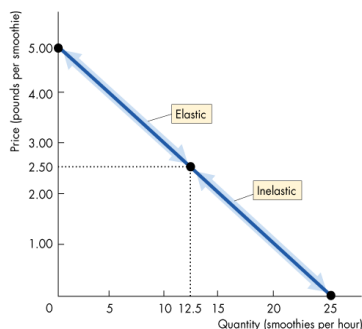
De prijselasticiteit van de vraag = een eenheidsvrije maatstaf voor de gevoeligheid van de gevraagde hoeveelheid van een goed voor een verandering in prijs, wanneer andere invloeden op het koopgedrag hetzelfde blijven:

$$\frac{\% \text{ verandering in gevraagde hoeveelheid}}{\% \text{ verandering in prijs}}$$

- $\% \text{ verandering in gevraagde hoeveelheid} = \Delta Q / Q(\text{gem})$
- $\% \text{ verandering in prijs} = \Delta P / P(\text{gem})$

! Door het gebruik van een gemiddelde prijs en een gemiddelde hoeveelheid, verkrijgen we dezelfde elasticiteitswaarde ongeacht de prijs stijgt of daalt

- **Inelastische vraag** = prijselasticiteit < 1
- **Volkomen inelastische vraag** = als de gevraagde hoeveelheid niet verandert wanneer de prijs verandert = de prijselasticiteit van de vraag gelijk aan 0
→ rechte // Y-as
- **Eenheidselastische vraag** = prijselasticiteit 1
→ hyperbool
- **Elastische vraag** = prijselasticiteit > 1
- **Volkomen elastische vraag** = als de procentuele verandering in de gevraagde hoeveelheid oneindig groot is wanneer de prijs nauwelijks verandert = de prijselasticiteit van de vraag oneindig
→ rechte // X-as



Bij prijzen langs een lineaire curve

Vraag minder elastisch wanneer prijs (Y-as) daalt

Bij prijzen boven het midden van de vraagcurve, is de vraag elastisch.

Bij prijzen onder het midden van de vraagcurve is de vraag inelastisch.

Totale opbrengsten en elasticiteit

De totale opbrengsten (ontvangsten) van de verkoop van een goed of dienst

= de prijs van het goed vermenigvuldigd met de verkochte hoeveelheid

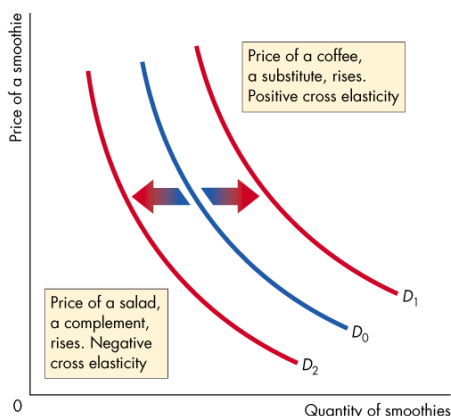
De **totale opbrengstentest** = een methode om de prijselasticiteit van de vraag te schatten door het observeren van de verandering in de totale opbrengsten als resultaat van een prijsverandering, ceteris paribus.

- Als een prijsdaling het totale inkomen doet stijgen, dan is de vraag elastisch.
- Als een prijsdaling het totale inkomen doet dalen, dan is de vraag inelastisch.
- Als een prijsdaling het totale inkomen niet doet veranderen, dan is de vraag eenheidselastisch → totale inkomen maximaal

Factoren die prijselasticiteit van de vraag beïnvloeden:

- *De nabijheid van substitutiegoederen*: Hoe dichter de substitutiegoederen aanleunen bij het goed of dienst, hoe elastischer de vraag is voor dat goed of dienst
vb. basisbehoeften als voedsel en huisvesting hebben meestal een inelastische vraag
vb2. Luxegoederen hebben meestal een elastische vraag
- *Aandeel van het inkomen besteed aan het goed*: Hoe groter het aandeel van hun inkomen dat consumenten spenderen aan een goed, hoe groter de elasticiteit van de vraag is.
- *Tijd verstreken sinds de prijsverandering*: Hoe meer tijd consumenten nodig hebben om zich aan te passen aan een prijsverandering, hoe meer elastisch de vraag voor dat goed wordt.
vb. verse voeding is inelastisch want het kan moeilijk opgeslagen worden!

Meer elasticiteiten van de vraag



De kruiselingse elasticiteit van de vraag = een maatstaf voor de gevoeligheid van de vraag naar een goed voor een verandering in de prijs van een substitutiegoed of complementair goed, onder ceteris paribus voorwaarde

$$\frac{\% \text{ verandering gevraagde hoeveelheid}}{\% \text{ prijsverandering substituu}t \text{ of complement}}$$

→ Kruiselingse elasticiteit van de vraag naar een substitutiegoed > 0

→ Kruiselingse elasticiteit van de vraag naar een complementair goed < 0

De inkomenselasticiteit van de vraag meet hoe de gevraagde hoeveelheid van een goed reageert op een verandering in inkomen, onder de ceteris paribus voorwaarde

$$\frac{\% \text{ verandering in gevraagde hoeveelheid}}{\% \text{ verandering in inkomen}}$$

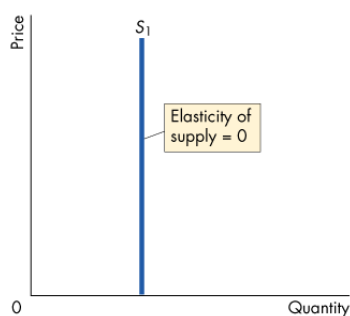
- > 1 de vraag is *inkomenselastisch* en het goed is een *normaal goed*.
- $0 < x < 1$, de vraag is *inkomensinelastisch* en het goed is een *normaal goed*.
- < 0 zijn, het goed is een *inferieur goed*.

Prijselasticiteit van het aanbod

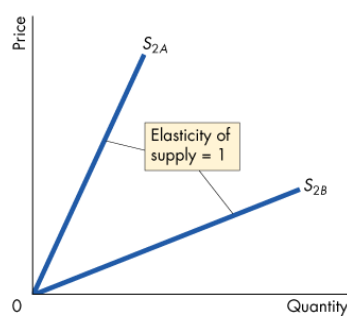
De elasticiteit van het aanbod meet de gevoeligheid van de aangeboden hoeveelheid voor een verandering in prijs van het goed, wanneer andere invloeden op het verkoopgedrag dezelfde blijven.

$$\frac{\% \text{ verandering in aangeboden hoeveelheid}}{\% \text{ verandering in prijs}}$$

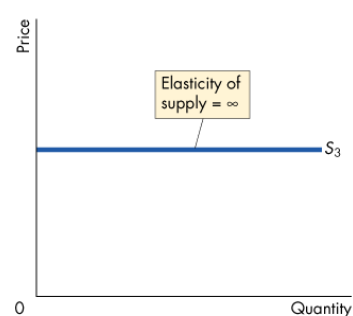
- **Het aanbod is volkomen inelastisch** als elasticiteit van het aanbod = 0
→ de aanbodcurve verticaal.
- **Het aanbod is eenheidselastisch** als de aanbodcurve lineair is en door de oorsprong gaat (de helling is irrelevant).
- **Het aanbod is volkomen elastisch** als de elasticiteit van het aanbod oneindig
→ aanbodcurve horizontaal



(a) Perfectly inelastic supply



(b) Unit elastic supply



(c) Perfectly elastic supply

Factoren die elasticiteit van aanbod beïnvloeden:

- **Mogelijkheid om grondstoffen te substitueren:** Hoe makkelijker het is om de grondstoffen gebruikt om een goed of dienst te produceren, te substitueren, hoe groter de elasticiteit van het aanbod ervan is
- **Tijds kader nodig voor beslissingen m.b.t. het aanbod:** Hoe meer tijd voorbijgaat na een prijsverandering, hoe groter de elasticiteit van het aanbod wordt
 - Onmiddellijke levering is volkomen inelastisch.
→ De aangeboden hoeveelheid direct volgend op een prijsverandering is constant.
 - Levering op korte termijn is enigszins elastisch.
 - Levering op lange termijn is het meest elastisch

5 Efficiëntie en Billijkheid(Equity)

Methodes voor het toewijzen van schaarse middelen

- *Marktprijs*: Je verkoopt je arbeid op de arbeidsmarkt en je koopt de meeste consumptiegoederen ook op de markt.
- *Bevelen/Opdrachten*: Bevelen werken goed in een organisatie waar duidelijk richtlijnen bestaan(waar rekening gehouden wordt met de rang of autoriteit van iemand). Maar het werkt niet goed voor het geheel van de economie
- *De meerderheid beslist*: Deze methode werkt goed wanneer de beslissing invloed heeft op een groot aantal personen en waar het eigenbelang wijkt voor het efficiënt gebruik van de middelen
- *Wedstrijd*: De middelen worden toegewezen aan de winnaar.
- *Eerst inkomend, wordt ook het eerst bediend*: Deze methode werkt goed waar de schaarse middelen maar aan ieder persoon één na één kan worden toegewezen.
vb. Ook een porche staat in de file
- *Gelijkheidsbeginsel*: Iedereen ontvangt de zelfde hoeveelheid middelen, als iedereen akkoord gaat
- *Lotterij*: De loterij werkt goed als er geen mogelijkheden zijn om een onderscheid te maken tussen de potentiële gebruiken van schaarse middelen
vb. Wordt vaak gebruikt bij het toewijzen van taxilicenties of landingsplaatsen voor vliegtuigen.
- *Persoonlijke karakteristieken*: Middelen worden toegewezen aan iemand die het juiste profiel heeft
vb. Het kiezen van een partner
→ wordt vaak misbruikt
- *Wet van de sterkste/ macht*: Speelt een rol waar de staat middelen wil transferen van rijk naar arm en bij het opstellen van een wettelijk kader voor vrijwillige verhandeling van goederen in de markt.

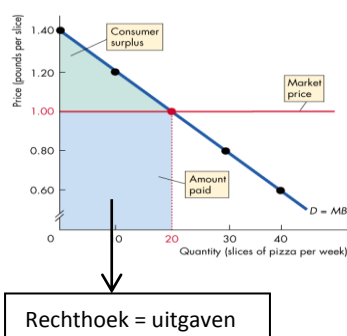
Vraag en marginale opbrengst

Waarde van één extra goed of dienst is de marginale opbrengst .

→ Wij meten de waarde aan de maximumprijs die een persoon bereid is te betalen

Een vraagcurve is de marginale opbrengst curve

- **Individuele vraag** = de relatie tussen de prijs van een goed en de gevraagde hoeveelheid door één persoon
- **Marktvraag** = de relatie tussen de prijs van een goed en de gevraagde hoeveelheid door alle kopers in de markt
→bepaald als de som van de gevraagde hoeveelheden van alle individuele vragen
- **Marktvraagcurve = marginale sociale opbrengstcurve**



Consumentensurplus = de waarde van een goed verminderd met de betaalde prijs, gesommeerd over de volledig gekochte hoeveelheid (bovenste driehoek)

Vb. Je zou voor een cinematicket €10,- willen betalen, maar het kost maar €7,- → Consumentensurplus = €3,-

Aanbod en marginale kost

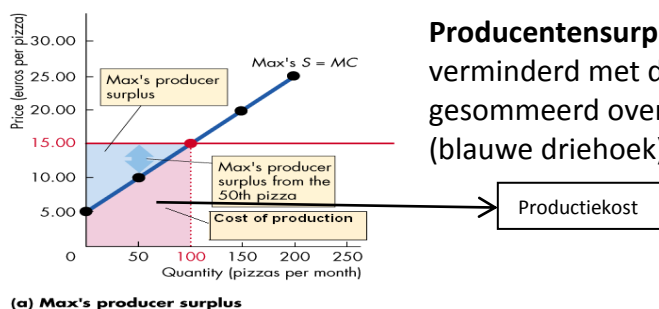
Marginale kost = de minimum prijs die een firma bereid is aan te nemen

→ bepaalt aanbod

Een aanbod-curve = de marginale kost curve.

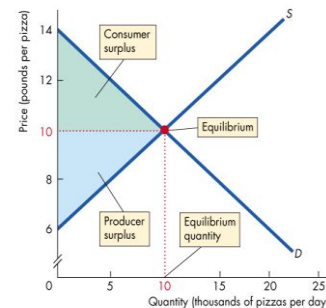
De maatstaf van de marginale kost = de waarde van het beste alternatief dat je verliest om de laatste eenheid van het goed te verkrijgen

- **Individuele aanbodcurve** = de relatie tussen de prijs van een goed en de aangeboden hoeveelheid door één producent
- **Marktaanbod** = de relatie tussen de prijs van een goed en de aangeboden hoeveelheid door alle producenten
= som van individuele aanbod
→ marginale sociale kostcurve



(a) Max's producer surplus

Is de competitieve markt efficiënt?



In een markt in evenwicht is de som van consumenten- en producentensurplus maximaal.

Bij de evenwichts-hoeveelheid, zijn de marginale sociale opbrengst en de marginale sociale kost gelijk, d.i. de efficiënte hoeveelheid

Consumenten en producenten volgen hun eigenbelang en werken op elkaar in op de markten → van sociaal belang (markttransacties genereren een efficiënt gebruik van middelen)

Obstakels voor efficiëntie leiden tot een **onderproductie of een overproductie** en creëren een onvermijdelijk verlies (een daling) in consumenten- en producentensurplus.

Wat beperkt de efficiëntie?

- **Regelgeving i.v.m prijs en hoeveelheid**: prijs- en maximaregelingen leiden tot onderproductie
- **Taxen**: doen de prijzen voor de kopers stijgen en verlagen de prijzen ontvangen door verkopers → verlagen dus de geproduceerde hoeveelheid, wat leidt tot onderproductie
- **Subsidies**: verlagen de prijzen voor de koper en verhogen het bedrag dat de verkoper ontvangt → verhogen dus de geproduceerde hoeveelheid, wat leidt tot overproductie
- **Externaliteiten** = een kost of voordeel die een impact heeft op anderen dan de verkoper → kosten worden niet in rekening gebracht bij het bepalen van de aangeboden hoeveelheid, wat kan leiden tot overproductie

- *Publieke goederen en gemeenschappelijke productiemiddelen*: iedereen heeft er voordeel van en het kan niemand worden ontnomen → het is in ieders eigenbelang om de betaling voor zulke publieke diensten te ontwijken
→ onderproductie, of
vb. Vuurtorens in zee of het leger: moesten we daar niet voor moeten betalen hadden we dat al lang niet meer gehad!
→ overproductie
vb. overbevissing
- **Monopolie** = de enige die een bepaald goed of dienst op de markt brengt
→ maximalisatie winst
→ onderproductie
- Hoge **transactiekosten** = opportuiniteitskost als gevolg van de handel in een markt
→ onderproductie

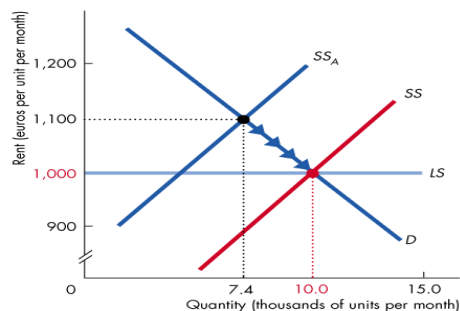
Is de competitieve markt eerlijk?

2 groepen:

- Het is niet eerlijk omdat het resultaat niet eerlijk is: inkomen van rijk aan arm geven
Vb. utilitarisme: Als iedereen hetzelfde marginale nut zou bekomen uit een bepaald inkomen en dat het marginale nut uit dat inkomen zou dalen door bv een euro van een rijke aan een arme te geven
→ het totale nut daalt
→ Alleen als het inkomen gelijk verdeeld is kan het grootste geluk worden nagestreefd.
- Het is niet eerlijk omdat de regelgeving niet eerlijk is: eigendomsrechten en vrijwillige overdracht van privaateigendom
Vb. symmetrie-principe: dat stelt dat de mensen gelijk moeten behandeld worden wat er op neer komt dat mensen in de gelijke situatie gelijk moeten behandeld worden
→ In de economie is dit principe “gelijkheid van opportuniteiten”

6 Markten in beweging

Woningmarkt en huurplafond (vb1)



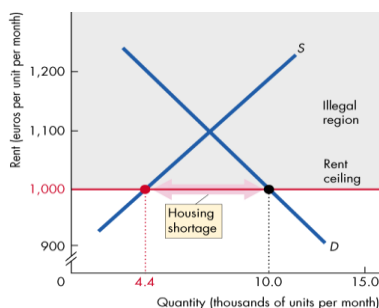
(b) Long-run adjustment

Oorspronkelijk rode SS curve: huur 1000

Overstoming → daling aanbod huizen blauwe SS curve: huur 1100 en minder huizen

Huurprijs boven 1000 zet aan om nieuwe huizen te bouwen → aanbod huizen neemt toe en gaat terug naar rode curve

Gereguleerde woningmarkt



(b) Binding rent ceiling

Een maximumprijs = een regel die het onwettelijk maakt een prijs te vragen die hoger is dan een vastgesteld niveau = **huurplafond** bij woningmarkt

Een huurplafond dat hoger dan het huurprijs-evenwicht wordt ingesteld heeft geen effect: het werkt alsof er geen plafond is ingesteld

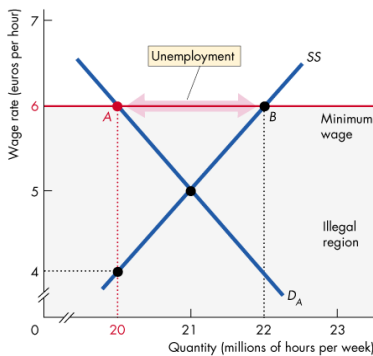
Huurplafond dat onder de evenwichtshuurprijs wordt ingesteld → tekort huizen

→ De wettelijke prijs kan het tekort niet oplossen waardoor er nu 2 dingen kunnen gebeuren:

- **Zoekactiviteiten** = de tijd die iemand spendeert aan het zoeken van iemand waarmee hij zaken kan doen = duur: de opportunity cost van woningen is gelijk aan de betaalde (gereguleerde) huur plus de opportunity cost van de zoekactiviteit
- **Zwarte markt** = een illegale markt die naast de legale markt werkt waarin maximum prijzen en andere beperkende maatregelen opgelegd werden
→ de prijs overstijgt de wettelijk vastgelegde maximumprijs!
- **Een huurplafond is oneerlijk en heeft een inefficiënt gebruik van de middelen tot gevolg** → vermindert het CS en het PS = onvermijdelijk verlies
 - Vanuit een “fair rules” oogpunt, is een huurplafond oneerlijk omdat het vrijwillige uitwisseling tegengaat.
 - Vanuit een “fair results” oogpunt is een huurplafond eerlijk omdat de armen er in het algemeen voordeel uit halen

De arbeidsmarkt en minimumlonen (vb2)

Bodemprijs = een wettelijke beperking die het onwettelijk maakt te verhandelen aan een prijs die onder een bepaald niveau ligt = **minimumloon** als toegepast op arbeidsmarkt



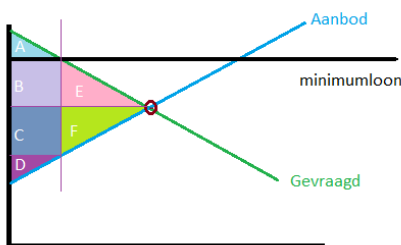
Een minimumloon dat onder het evenwichtslloon wordt vastgezet heeft geen enkel effect op de marktwerking

Wanneer het minimumloon boven het evenwichtslloon

- Hoeveelheid aangeboden arbeid > hoeveelheid gevraagde
- Er is een arbeidersurplus!

→ creëert werkloosheid (het verschil tussen de gevraagde hoeveelheid en de aangeboden hoeveelheid arbeiders)

Een minimumloon leidt tot een inefficiënt gebruik van de middelen → onvermijdelijk verlies



$$\Delta CS = -B - E$$

$$\Delta PS = +B - F$$

$$\rightarrow \Delta W = -E - F$$

$$DWL = E + F : \text{daling van de welvaart}$$

$$\Delta CS = CS_1 + CS_2 = (A + B + E) + A$$

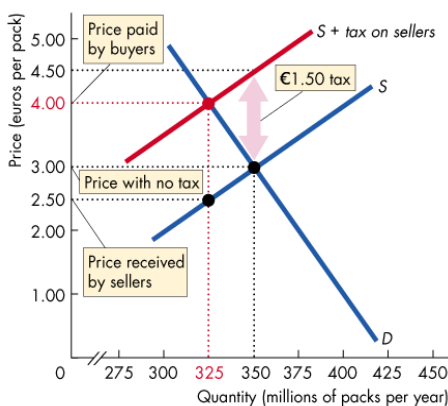
$$\Delta PS = PS_1 + PS_2 = (C + D + F) + (C + D + B)$$

Belastingen

→ Bijna alles wat je koopt is belast!

Fiscale weerslag = de verdeling van de belastingslast over koper en verkoper

- Wanneer de prijs van een belast goed stijgt met het volledige bedrag van de belasting, is het de koper die de belasting betaalt.
- Wanneer de prijs van belast goed stijgt met een kleiner bedrag dan de belasting delen koper en verkoper de last van de belasting.
- Wanneer de prijs van een belast goed niet stijgt, betaalt de verkoper de belasting



Belasting op verkoper

Zonder belasting blauwe S curve: 3

Met belasting rode S curve: 4.5

→ Kopers zullen 4.5 moeten betalen willen ze dezelfde aangeboden hoeveelheid krijgen!

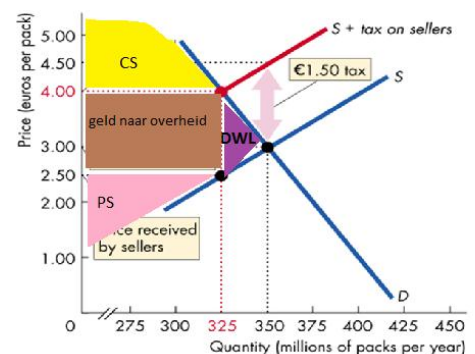
→ Evenwichtshoeveelheid daalt:

prijs betaalt door koper = 4

→ betaald 1 euro belasting

prijs ontvangen door verkoper = 2.5

→ betaald 0.5 euro belasting





Belasting op koper

Zonder belasting blauwe D curve: 3

Met belasting rode D curve: 4.5

→ Evenwichtshoeveelheid daalt

→ prijs betaald door koper = 4; 1 euro belasting, prijs ontvangen

→ prijs betaald door verkoper = 2.5; 0.5 euro belasting

De verdeling van de belasting tussen kopers en verkopers hangt af van de elasticiteit van vraag en aanbod

- Perfect inelastische vraag: de kopers betalen (grafieken combineren)
→ Hoe inelastischer de vraag, hoe meer de last van de belasting bij de kopers terecht komt
- Perfect elastische vraag: de verkopers betalen
- Perfect inelastisch aanbod: verkopers betalen
- Perfect elastisch aanbod: kopers betalen

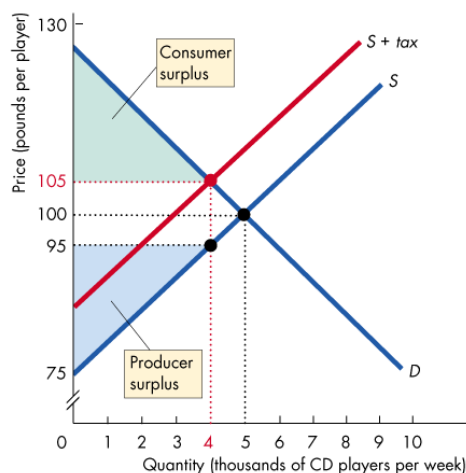
Behalve in het extreme geval van een perfect inelastische vraag of aanbod wanneer de hoeveelheid dezelfde blijft, creëert het opleggen van een belasting inefficiëntie → onvermijdelijk verlies

Belastingen worden gewoonlijk geheven op goederen en diensten met een inelastische vraag en een inelastisch aanbod.

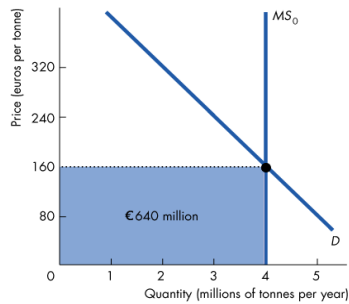
→ Alcohol, tabak en benzine hebben een inelastische vraag, dus de kopers van deze goederen betalen het merendeel van de belastingen hierop.

→ Arbeid heeft een lage elasticiteit van het aanbod, dus de verkoper – de arbeider – betaalt het meeste van de inkomstenbelasting en het grootste deel van de bijdrage aan de sociale zekerheid.

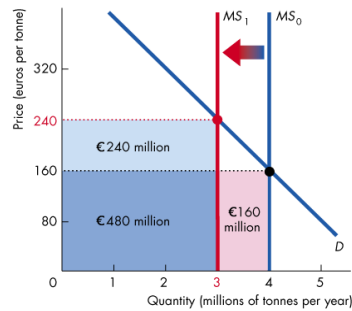
→ Zonder belastingen is het CS en PS maximaal, het creëert dus een onvermijdelijk verlies!



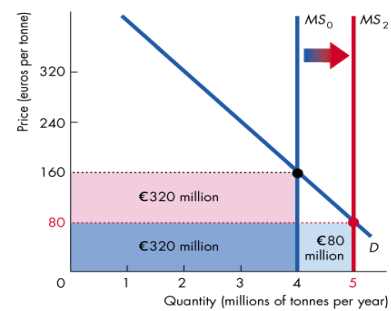
Tussenkomsten in landbouwmakten



(a) Poor harvest: revenue increases



(a) Poor harvest: revenue increases



(b) Bumper harvest: revenue decreases

Eenmaal het gewas geplant is, is de vraag perfect inelastisch langs de onmiddellijke aanbodscure MS_0 (figuur 1)

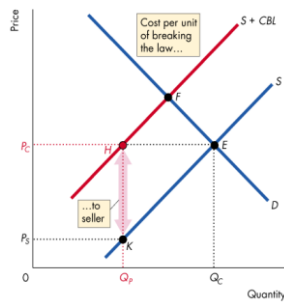
Een slechte oogst vermindert het aanbod. Landbouwers verliezen € 160 miljoen van hun totale inkomsten omwille van de verminderde verkochte hoeveelheid. Maar ze winnen € 240 miljoen door de verhoogde prijs. Omdat de vraag inelastisch is nemen de totale inkomsten toe – tot € 720 miljoen. (figuur 2)

Een succesooft doet het aanbod toenemen. Landbouwers verliezen € 320 miljoen van de totale inkomsten tegenover de oorspronkelijk hoeveelheid omdat de prijzen dalen. Ze winnen maar € 80 miljoen door de toegenomen hoeveelheid. Omdat de vraag inelastisch is, zijn de totale inkomsten afgenomen – tot 400 € miljoen (figuur 3)

→ Interventies van de overheid: 3 vormen

- **Subsidies** = een bedrag dat door de overheid aan de producent wordt betaalt
→ evenwichtshoeveelheid stijgt, evenwichtsprijs daalt
→ Resultaat: de marginale kost komt uit boven de marginale opbrengst – er is overproductie met een welvaartsverlies als gevolg
- **Productie quota's** = maximum hoeveelheden die van een bepaald goed geproduceerd mogen worden tijdens een bepaalde periode
→ evenwichtshoeveelheid verlaagt, prijs stijgt
→ Resultaat: de marginale kost is lager dan de marginale opbrengst – er is dus onderproductie met een welvaartsverlies als gevolg
- **Prijsondersteuning** = een door de overheid gegarandeerde minimumprijs voor een product (vergelijkbaar met bodemprijs)
→ Door de prijsondersteuning daalt de vraag, maar stijgt de productie. De overheid komt het geproduceerde surplus op.

Markten voor illegale goederen (niet in slides, wel in samenvatting Demetris!)

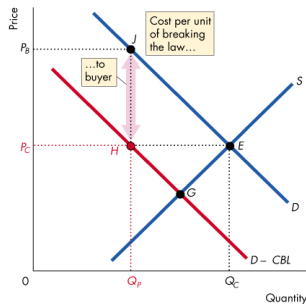


Het verbieden van transacties van een goed of dienst verhoogt de kost van dergelijke handel:

Boete voor verkoper:

Oorspronkelijk aanbod (blauwe curve) + boete als straf van verkoop (CBL = Cost per unit Breaking Law)

→ nieuw aanbod (rode curve)



Boete voor koper:

Oorspronkelijke blauwe vraag – CBL verschuift naar nieuwe rode vraag → marktprijs daalt en verhandelde hoeveelheid neemt af

→ Als kopers en verkopers worden gestraft daalt vraag en aanbod

7 Globale markten in actie

Winst uit internationale handel

- **Import** = goederen en diensten die wij kopen van mensen in andere landen.
- **Export** = goederen en diensten die wij verkopen aan mensen in andere landen
 - **Netto-export** = waarde van de export min de import

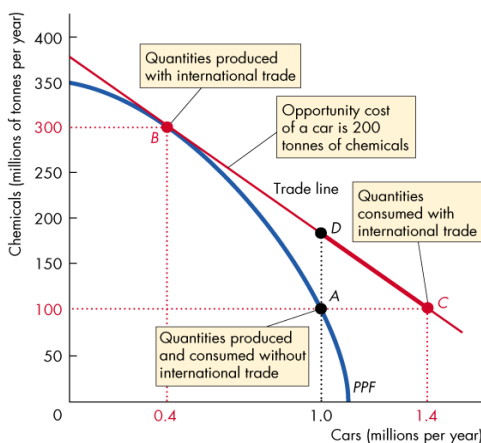
Wanneer een land geld leent voor die internationale handel is het bezig met tussentijdse handel. Wanneer de uitgestelde handel in rekening wordt gebracht is de internationale handel altijd in evenwicht:

→ Een land dat vandaag importeert om te kunnen exporteren in de toekomst leent geld van de rest van de wereld.

Waarom internationale handel?

- De onderliggende kracht is het comparatief voordeel dat de buitenlandse handel genereert.
- De basis voor het comparatief voordeel is het verschil in opportuniteitskosten tussen landen.
- Landen kunnen hun consumptie van goederen en diensten opvoeren voor die goederen en diensten voor de welke zij een comparatief voordeel hebben
 - Een land heeft een comparatief voordeel om een goed te produceren wanneer de productie van dat goed een lagere opportuniteitskost heeft dan gelijk welk ander land
 - land heeft comparatief voordeel als ze goed kopen met lagere opportuniteitskost dan eigen land

Comparatief voordeel bepaalt export en import



Oorspronkelijk blauwe PPF: er werden 1 milj auto's en 100 milj ton chemicaliën geproduceerd en geconsumeerd.

Door wereldmarkt verhandelen we chemicaliën voor auto's langs de rode handelslijn (toont 'nieuwe' consumptiemog.)

→ kunnen buiten PPF handelen: punt C

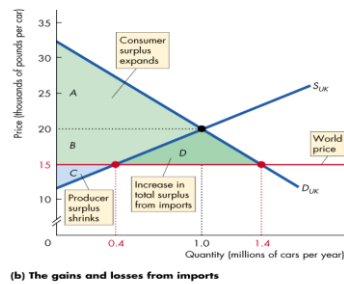
→ keuze bepaald door de marginale winst en de vraag

→ Comparatief voordeel bepaalt welke goederen wij importeren en welke we exporteren!

(door handel kan je meer CONSUMEREN maar niet meer PRODUCEREN!)

!! Zie vb auto's en chemicaliën in slides!!

Markten en de verdeling van winst en verlies



Import

Zonder wereldhandel : blauwe curves: auto kost 20 000 en 1 milj auto's geproduceerd.

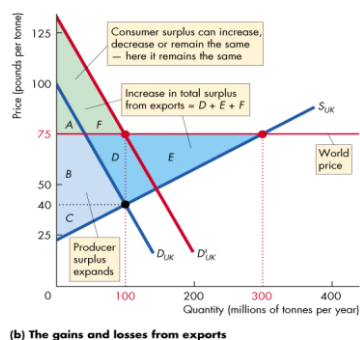
Consumentensurplus = A, producentensurplus = B+C

Met wereldhandel: prijs auto 15 000 (rode curve) en 0.4 milj productie + 1 milj import. Consumentensurplus = A+B+D (stijgt), producentensurplus = C (daalt) dus producent verliest!

→ totale surplus stijgt

Consument wint, Producent verliest!

(winst consument weegt niet op tegen verlies producent!!!)



Export

Zonder wereldhandel (blauw): £40 per ton en er wordt 100 miljoen chemicaliën geproduceerd.

Consumentensurplus= A+B, producentensurplus = C

Met wereldhandel: £75 per ton: De prijs neemt toe en de producenten verhogen hun productie tot 300 miljoen en de export begint → prijs kan stijgen

Consumenten surplus= A+F, producentensurplus= B+C+D+E

→ totale surplus stijgt

Consument wint/verliest/blijft gelijk, producent wint!

Internationale handelsbeperkingen

Beperking door regering om nationale producenten te beschermen:

- **Tarifiering** = taks op wanneer de goederen de grens overschrijden
 - prijs stijgt, gevraagde hoeveelheid daalt
 - import daalt, aangeboden hoeveelheid stijgt
- **Subsidies** = betalingen door de regering aan de nationale producenten gebaseerd op de hoeveelheid geproduceerde goederen
 - aanbod stijgt, prijs daalt, aangeboden hoeveelheid stijgt
 - overproductie
 - verlies
- **Quota's** = beperking op de hoeveelheid goederen die mogen ingevoerd worden

Zie slides: alles uit gelegd met grafieken!!

Wat pleit er tegen protectie? (kritisch lezen p156-159 in HB!)

Redenen om de vrije internationale handel te beperken zijn:

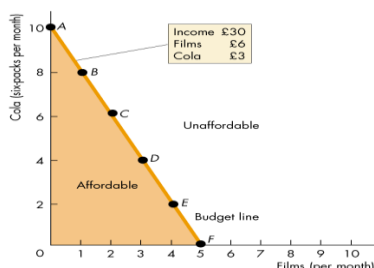
- Beschermen van beginnende industrie: zij moeten eerst kunnen groeien om de competitie te kunnen aangaan op de wereldmarkt
- **Dumping** tegen gaan = aan lagere prijzen gaan verkopen dan de productiekost
→ Dumping wordt gezien als een methode om nationale bedrijven uit de markt te weren om daarna de prijs te laten toenemen
- Jobs bewaren ↔ handel vernietigd bepaalde jobs om andere betere jobs te creëren
- Toestaan om de competitie aan te gaan met goedkope buitenlandse arbeid ↔ Maar lage loonarbeid is ook minder productief dan hoge loonarbeid
- Penaliseren van environmental standards ↔ Vrije handel doet het inkomen van arme landen stijgen waar de environmental standards minder hoog liggen dan in rijke landen
- Rijke landen tegenhouden om arme landen te exploiteren ↔ Vrije handel is de beste manier om de lonen te doen toenemen en de werkcondities te verbeteren in arme landen

Waarom wordt internationale handel beperkt?

- Inkomen uit tarieven
- Winst uit tarieven is goed voor de nationale producenten die moeten concurreren met import goederen en diensten

8 Keuzes van huishoudens

Consumptiemogelijkheden



De **budgetlijn (cola,films)** beschrijft de limieten van huishoudens in hun consumptiekeuzes.

→ Ondeelbare goederen kunnen enkel op punten op budgetlijn aangekocht worden.

→ Deelbare goederen (zoals benzine) kunnen in gelijk welk punt op de budgetlijn aangekocht worden.

$$\text{Uitgaven} = \text{Inkomen} \leftrightarrow P_C Q_C + P_F Q_F = Y \quad (\text{met } P_{C/F}: \text{prijs cola/film}; Q_{C/F}: \text{kost cola/film})$$

Y/P_C is Lisa's **echte inkomen** in termen van cola

P_F/P_C is de **relatieve prijs** van een filmticket in termen van cola

= helling budgetlijn

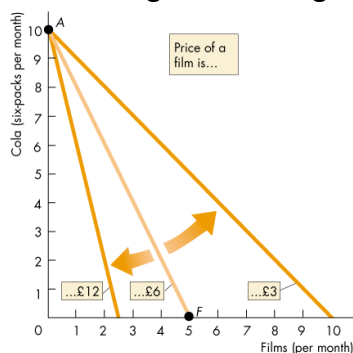
= opportuiniteitskost van films kijken

Reële inkomen van een huishouden

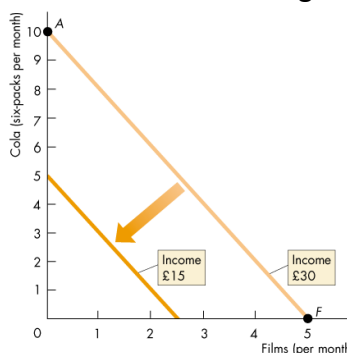
= het inkomen uitgedrukt in de hoeveelheid goederen die ze zich kunnen veroorloven

→ snijpunt budgetlijn en Y-as

- Verandering in prijs 1 goed → budgetlijn roteert
- Een verandering in het nominale inkomen van een huishouden leidt tot een parallelle verschuiving van de budgetlijn: rel prijs verandert niet → helling verandert niet

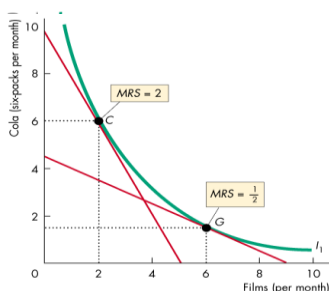


(a) A change in price



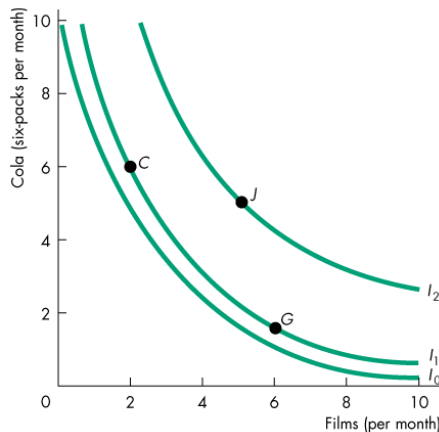
(b) A change in income

Voorkeuren en indifferentiekrommen



Een **indifferentiekromme (groen)** = een lijn die weergeeft welke goederen-combinaties voor de consument evenwaardig zijn

- Punten boven curve gepreferreerd
- Punten op curve indifferent(evenwaardig)
- Punten onder curve geen voorkeur



(b) Lisa's preference map

Op deze grafiek zien we 3 verschillende indifferenciekurves, nl I_0 , I_1 , I_2 .

Punten op I_0 zijn minder gewaardeerde dan punten op I_1 die opnieuw minder gewaardeerd zijn dan punten op I_2 .

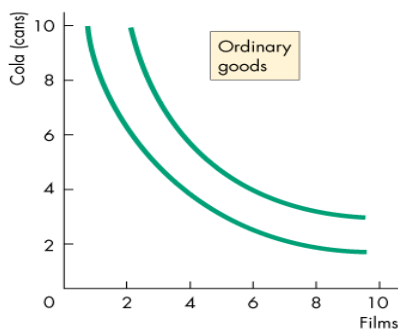
De punten C en G zijn gelijk gewaardeerd!

De marginale substitutieverhouding (MRS) (rode curve 1^e grafiek van deze paragraaf!) geeft de mate weer waarmee iemand een goed Y (goed op y-as) wil opgeven om een bijkomende eenheid van het goed X (goed op x-as) te verkrijgen en daarbij op dezelfde indifferenciekromme blijft → De helling van de indifferenciekromme is een maatstaf voor de marginale substitutieverhouding

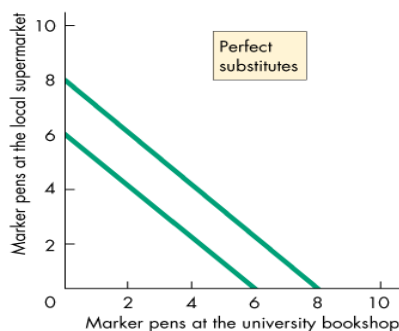
- indifferenciekurve relatief steil → de MSV is hoog
(je wil een grote hoeveelheid y opgeven voor een klein beetje meer x)
- indifferenciekurve relatief vlak → de MSV is laag
(je wil slechts een kleine hoeveelheid y opgeven om meer van x te verkrijgen)

Een dalende marginale substitutieverhouding = de algemene tendens dat iemand minder wil opgeven van goed Y om meer te verkrijgen van goed X en 'indifferent' wil blijven, terwijl de hoeveelheid van goed X stijgt

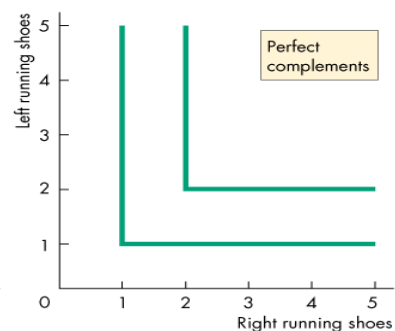
De vorm van de indifferenciekrommen geeft de graad van substitueerbaarheid tussen twee goederen weer



(a) Ordinary goods



(b) Perfect substitutes

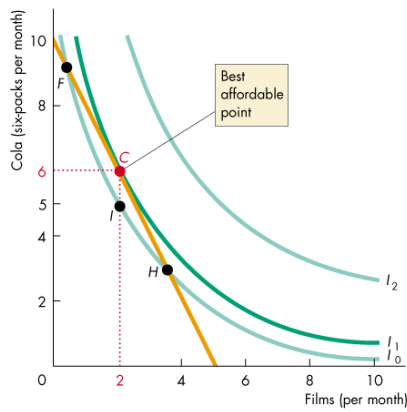


(c) Perfect complements

Voorspellen van het consumentengedrag

Het best haalbare voor een consument beantwoord aan volgende beschrijving:

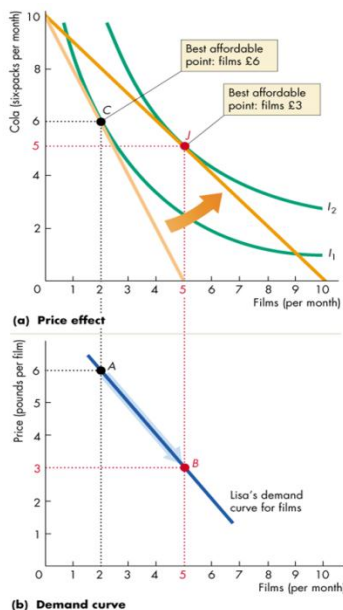
- Ligt op de budgetlijn,
- Ligt op de hoogste indifferenciekromme die hij zich kan veroorloven,
- Heeft een marginale substitutieverhouding tussen de twee goederen die gelijk is aan de relatieve prijs verhouding van beide goederen



Lisa is onverschillig tussen F, I en H, maar ze prefereert duidelijk C boven I, want C ligt op een hogere indifferentiecurve.

- In punt F is Lisa's MSV groter dan de relatieve prijsverhouding.
- In punt H is Lisa's MSV minder dan de relatieve prijsverhouding.
- In punt C is Lisa's MSV gelijk aan de relatieve prijsverhouding.

Het prijseffect = Het effect van een prijsverandering van een goed op de hoeveelheid die hiervan geconsumeerd wordt



De figuur illustreert het prijseffect en toont hoe de **vraagcurve** wordt gegenereerd.

Aankankelijk bedraagt de prijs van een film €6 en consumeert Lisa in punt C in deel (a) en in punt A in deel (b) van de figuur.

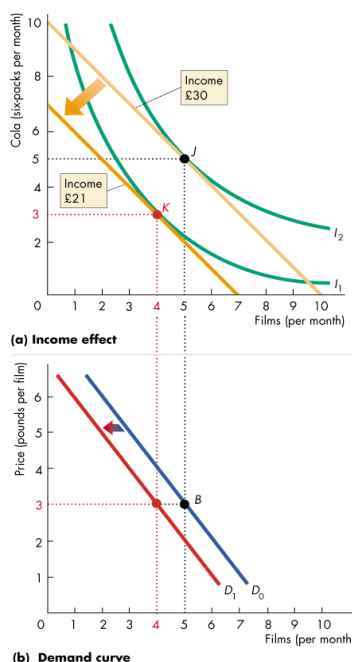
Stel : De prijs van een film daalt dan naar €3.

→ De budgetlijn roteert naar buiten

→ Lisa's nieuwe best haalbare punt is nu J in deel (a).

In deel (b) beweegt Lisa naar punt B dit is een beweging **LANGS** haar vraagcurve voor films.

Het inkomenseffect = het effect van een inkomensverandering op de hoeveelheid van een goed dat geconsumeerd wordt.



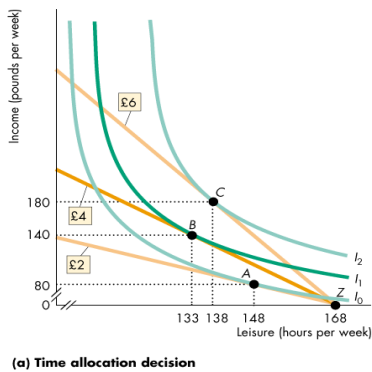
De figuur illustreert het effect van een daling in Lisa's inkomen.

Aankankelijk consumeert Lisa in punt J in deel (a) en in punt B op vraagcurve D_0 in deel (b).

→ Lisa's inkomen daalt en haar budgetlijn schuift parallel op naar links in deel (a).

→ Haar nieuw best haalbare ligt in het punt K in deel (a).

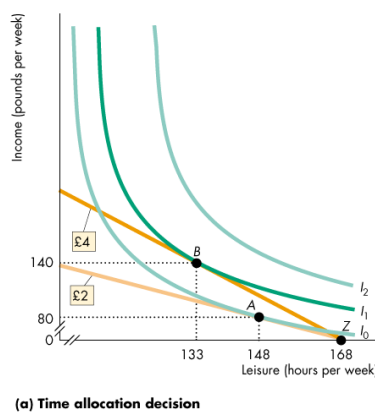
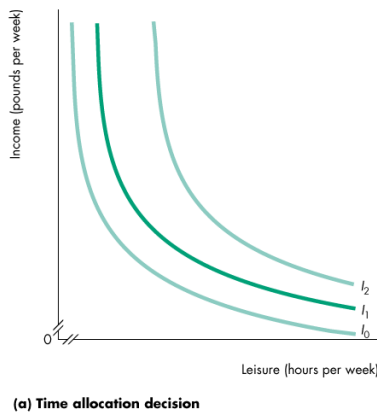
→ Haar vraag naar films daalt. Dit blijkt uit de verschuiving naar links **VAN** haar vraagcurve naar films in deel (b).



- Wanneer een goed een normaal goed is, verandert de geconsumeerde hoeveelheid in dezelfde richting als het inkomen
→ Voor een normaal goed, versterkt het inkomenseffect het substitutie effect (verklaring voor neerwaartse helling van de vraagcurve)
- Wanneer een goed een inferior goed is, verandert de geconsumeerde hoeveelheid in tegengestelde richting van het inkomen
→ Voor een inferior goed werkt het inkomenseffect het substitutie effect tegen

Het substitutie effect = het effect van de prijsverandering op de gekochte hoeveelheid wanneer de consument op dezelfde indifferencecurve blijft, zowel in de aanvankelijke als de nieuwe situatie.

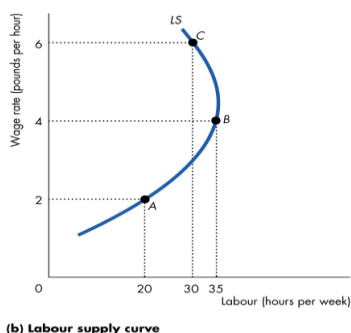
Keuze tussen werk en vrije tijd



Indifferentiekromme: inkomen ↔ vrije tijd

Vrije tijd wordt 'gekocht' door minder arbeid te leveren en dus in te boeten qua inkomen.
→ Een hoger loontarief maakt vrije tijd relatief gezien duurder (hogere opportunity cost voor niet werken) en heeft een substitutie effect naar minder vrije tijd toe

- Als het inkomenseffect zwakker is dan het substitutie effect, stijgt de hoeveelheid werkuren met het loontarief (A → B)
- Maar als het inkomenseffect sterker is dan het substitutie effect, daalt de hoeveelheid werkuren met het loon (B → C)



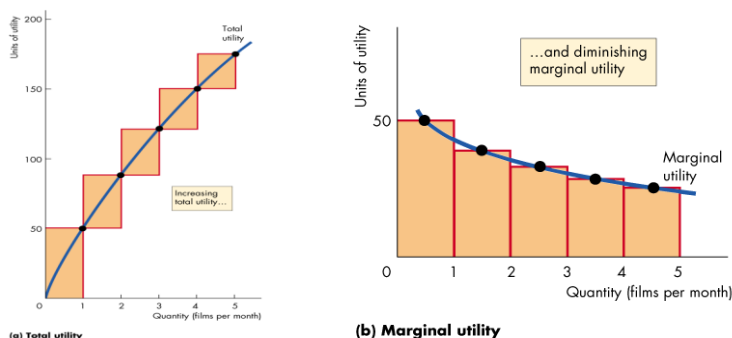
Historisch bewijs toont aan dat de gemiddelde werkweek is gedaald over de eeuwen heen. Dit impliceert dat de voorkeur van de mensen naar de vrije tijdsbesteding gaat, ondanks zijn hogere opportunity cost

8.1 Margaal nut en indifferentiecurves

Nut, voorkeuren en keuzes

Nut = het voordeel of de tevredenheid die een persoon krijgt door de consumptie van een goed of een dienst (oude beschrijving van voorkeur door economen)

- **Totaal nut** = het totale voordeel dat een persoon krijgt van het verbruiken van goederen en diensten. Meer consumptie tekent toename van totaal nut
→ grafiek 1: totaal nut stijgt met elke eenheid film
- **Marginaal nut** = de verandering in totaal nut, dat voortkomt uit een verhoging van de consumptie met één bijkomende eenheid. Wanneer de geconsumeerde hoeveelheid toeneemt dan neemt het marginaal nut van de consumptie af
→ principe **dalende marginaal nut**



De belangrijkste veronderstelling bij de marginale nuttheorie is deze dat het individu zijn consumptiemogelijkheden kiest die het totale nut maximaliseren

→ We kunnen de nutmaximaliserende keuze vinden door te kijken naar het totale nut dat voortkomt uit elke haalbare combinatie

Consumenten evenwicht = een situatie waarin een consument zijn inkomen zodanig verdeelt zodat, gegeven de prijzen van goederen en diensten, zijn of haar totale nut gemaximaliseerd wordt

De nut-maximaliserende regel is:

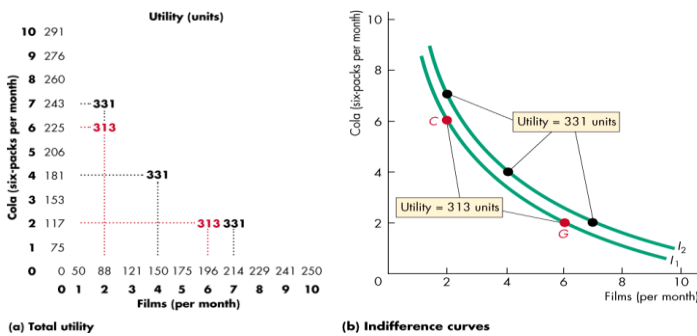
Besteden van al het beschikbare inkomen en het gelijk maken van het marginale nut per Euro (Pond) voor alle goederen:

$$\frac{MU_F}{P_F} = \frac{MU_C}{P_C}$$

(Met $MU_{F/C}$: Marginaal nut van een film/cola; $P_{F/C}$: Prijs van een film/cola)

Het **marginale nut per Euro (Pond)** = het marginale nut van het goed gedeeld door zijn prijs

Indifferentiecurven en nut



In graf 1 worden aan aantal eenheden cola + films het totaal nut toegekend

Een indifferentiekromme gaat door alle waarden van eenzelfde totaal nut

In marginale nut model is totale nut gemaximaliseerd als:

$$\frac{MU_F}{P_F} = \frac{MU_C}{P_C}$$

In het indifferentiecurve-model is de marginale substitutieverhouding (MSV) in het meest veroorloofbaar punt:

$$MSV = \frac{P_F}{P_C}$$

We kiezen ervoor dat het meest veroorloofbare punt en maximale totale nut hetzelfde zijn:

$$\frac{MU_F}{MU_C} = \frac{P_F}{P_C} \rightarrow \frac{MU_F}{MU_C} = MSV$$

Om te zien dat deze veronderstelling juist is, moet je weten dat langs een indifferentiecurve:

$$\Delta U = MU_F \times \Delta Q_F + MU_C \times \Delta Q_C$$

Maar langs een indifferentiecurve waar we MSV meten is $\Delta U = 0$, dus:

$$0 = MU_F \times \Delta Q_F + MU_C \times \Delta Q_C$$

$$\leftrightarrow MU_F \times \Delta Q_F = -MU_C \times \Delta Q_C$$

$$\leftrightarrow \frac{MU_F}{MU_C} = -\frac{\Delta Q_C}{\Delta Q_F}$$

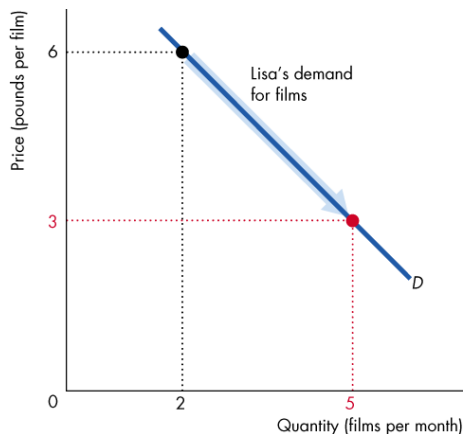
→ $-\frac{\Delta Q_C}{\Delta Q_F}$ is helling van de indifferentiecurve

→ indien we het minteken even negeren, dan is de marginale substitutieverhouding dus:

$$MRS = \frac{MU_F}{MU_C} = \frac{\Delta Q_C}{\Delta Q_F}$$

Besluit: de twee modellen voor consumentenkeuze geven hetzelfde antwoord!

Nut bestaat en we kunnen het meten



Het indifferentiecurve-model is krachtig omdat het ons toelaat de neerwaartse vraagcurve af te leiden uit het principe van de afnemende marginale substitutie-verhouding + omdat het impliceert dat nut bestaat.

→ De marginale nuttheorie helpt ons het efficiëntie-concept beter te begrijpen en zorgt ervoor dat we beter het verschil zien tussen waarde en prijs.

Consumenten efficiëntie en opbrengst

Als Lisa haar budget allocceert op haar meest haalbare punt, maximaliseert ze haar totaal nut en gebruikt ze haar inkomen efficiënt.

Lisa's vraag curve is ook haar bereidheid-om-te-betalen-curve.

→ Het weerspiegelt haar marginale opbrengst.

Dus: Marginale opbrengst is proportioneel t.o.v. marginaal nut en is de maximum prijs die een consument bereid is om te betalen voor 1 extra eenheid van een goed of dienst wanneer het nut maximaal is

De paradox van waarde

“Waarom is water, essentieel voor het leven, veel goedkoper dan diamanten, die niet essentieel zijn?”

→ Deze paradox oplossen door onderscheid te maken tussen totaal nut en marginaal nut.

- Voor water is de prijs laag, totaal nut groot en marginaal nut klein.
 - Voor diamant is de prijs hoog, totaal nut laag en marginaal nut hoog.
- Maar marginaal nut per pond is hetzelfde voor water en diamant

9 Organisatie van de productie

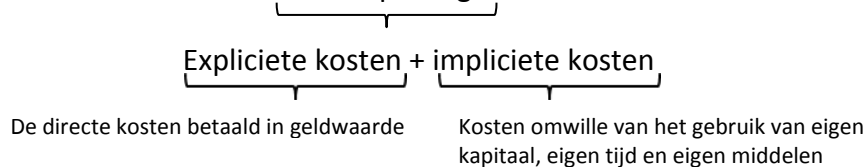
De onderneming

Een onderneming = een organisatie die productiefactoren inhuurt en organiseert om zodoende producten en diensten te produceren en te verkopen

→ doel = winst maximaliseren

→ Indien de onderneming hier niet in slaagt zal ze verdwijnen of overgenomen worden door andere ondernemingen die er wel naar streven om winst te maximaliseren!

Economische winst = Totale opbrengst – totale kosten



Normale winst = een deel van de totale kosten van een onderneming als vergoeding voor ondernemerschap

→ **Economische winst = winst bovenop normale winst**

Technologische en economische efficiëntie

Technologische efficiëntie wordt bereikt bij de productie van een bepaalde output met de inzet van de laagst mogelijke hoeveelheid inputs

→ Linkt naar input en output: je kijkt naar hoeveelheden

Economische efficiëntie wordt bereikt wanneer een bepaalde output geproduceerd wordt tegen de laagst mogelijke kost

→ Linkt naar output en kosten: je houdt rekening met de manier waarop je outputs gebruikt

Markten en concurrentiële omgeving

Onderscheid tussen vier marktvormen:

- 1 Volkomen concurrentie
- 2 Monopolistische concurrentie
- 3 Oligopolie
- 4 Monopolie

Volkomen concurrentie:

Vb. Een melkveehouderij

(benadert een volkomen concurrentie)

- Veel aanbieders
- Met elk een gelijkaardig product
- Veel kopers
- Geen toetredingsdrempel
- Kopers en verkopers zijn perfect geïnformeerd
- Meest extreme vorm van concurrentie

Monopolistische concurrentie: vb. tandpasta

- veel aanbieders
- productdifferentiatie= bieden andere producten aan
vb. een kliksysteem of een draaiknop op je tandpasta
- elke onderneming bezit een vorm van macht
- er zijn geen beperkingen op toetreding tot de markt

Oligopolie: vb. computermarkt, automarkt

- klein aantal concurrerende aanbieders
- bieden gelijkaardige/andere producten aan
- er zijn drempels die toetreding beperken

Monopolie: vb. NMBS, de post

- 1 onderneming die de gehele output van de industrie produceert
- uniek product: geen substituten of gelijkaardige producten
- beschermd van concurrentie door een barrière die toetreding voor andere onmogelijk maakt
- meest extreme vorm zonder concurrentie

Identificeren van de marktvorm

→ Gebeurt vaak aan een concentratiemaat

Het 5-ondernemingen concentratiepercentage G5 = het percentage van de verkoop van de totale industrie dat gerealiseerd wordt door de 5 grootste ondernemingen in de industrie

→ Hoe groter deze maat, hoe minder concurrentie in deze industrie

Samengevat

KENMERKEN	Volkomen concurrentie	Monopolistische concurrentie	Oligopolie	Monopolie
1. Aantal bedrijven in de industrie	veel	veel	Een paar	1
2. product	Overall identiek	Gedifferentieerd	Gelijkaardig	Geen substituten
3. toegangs-barrières	Geen	geen	Matig -> ze zijn niet onoverkomelijk	Hoog
4. de controle over de prijs door het bedrijf	Neen	Een beetje	Hoog (aanzienlijk)	Aanzienlijk, maar ook geregeld
5. machts-verdeling	Geen	laag	hoog	100%

10 Output en kosten

Tijdskaders voor besluitvorming

→ Doel van een bedrijf = Winstmaximalisatie!

Alle beslissingen worden geplaatst in 2 tijdskaders:

- **De korte termijn** = een tijdskader waarin de hoeveelheid van een of meer middelen gebruikt in de productie vastligt. *Vb: kapitaal(infrastructuur) van bedrijf ligt vast.*
→ Alle andere middelen kunnen veranderd worden op korte termijn waarbij de beslissingen makkelijk veranderd kunnen worden.
- **De lange termijn** = een tijdskader waarin de hoeveelheden van alle middelen – incl. de infrastructuur – veranderd kunnen worden
→ niet makkelijk ongedaan gemaakt
“Sunk costs” = kosten gemaakt in het verleden die niet meer ongedaan gemaakt kunnen worden; het zijn irreversibele reeds gedane uitgaven.

Vb. Steenkoolmijnen: er is meer vraag naar steenkool

→ Op korte termijn: je zet interim en jobstudenten in zodat er meer kan worden geproduceerd

→ Op lange termijn: je bouwt een nieuwe mijn

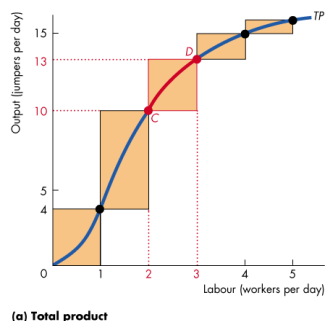
Korte termijn beperkingen van de technologie

Om output op korte termijn verhogen: bedrijf moet de hoeveelheid arbeid verhogen.

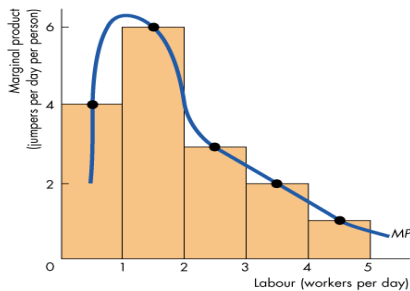
Drie concepten beschrijven de relatie tussen output en de hoeveelheid arbeid:

- **Totaal product** = de maximale output dat een gegeven hoeveelheid arbeid kan produceren.
- **Marginaal product van arbeid** = de verandering in totaal product na de verhoging van 1 eenheid arbeid, terwijl alle andere inputs dezelfde blijven
- **Gemiddeld product van arbeid** = gelijk aan het totaal product gedeeld door de hoeveelheid arbeid

Productiecurven zijn grafieken die de relatie beschrijven tussen hoeveelheid ingezette arbeid en de drie productconcepten:



1 | Totaal productiecurve (graf1) toont hoe totaal product verandert met de hoeveelheid arbeid. Vergelijkbaar met PPF: het scheidt de bereikbare output levels van de onbereikbare. De punten op de totaal productie curve zijn efficiënt.

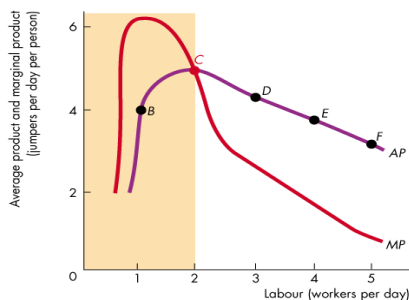


(b) Marginal product

2 | Marginaal productiecurve (graf 1: hoogte blokje = marginaal product arbeid + graf 2): verhouding arbeid (werkers per dag) tot output (eenheden per dag) de kromme gaat door middelpunten van staven (staven te vinden op totaal productcurve)

Productiecurven zijn voor elk bedrijf, voor elk goed anders, maar hun vorm is wel gelijkbaar, omdat bijna elk productieproces 2 eigenschappen bezit:

- *Stijgende marginale meeropbrengst* doet zich voor wanneer het marginaal product van een extra arbeider het marginaal product van de vorige arbeider overschrijdt door specialisatie en verdeling van arbeid in het productieproces
 - *Dalende marginale meeropbrengst* als het marginaal product van een extra arbeider minder is dan het marginaal product van de vorige arbeider, doordat elke arbeider minder toegang krijgt tot kapitaal en minder ruimte heeft om in te werken.
- ⇒ **Wet van de dalende meeropbrengst** stelt dat wanneer een bedrijf meer van een veranderlijke input in combinatie met een bepaalde hoeveelheid vaste input inzet, het marginaal product van de veranderlijke input **UITEINDELIJK** vermindert!



3 | Gemiddelde productiecurve:

In een zone waar het marginaal product het gemiddeld product overschrijdt, stijgt het gemiddeld product.

In een zone waar het marginaal product zich onder het gemiddeld product bevindt, daalt het gemiddeld product.

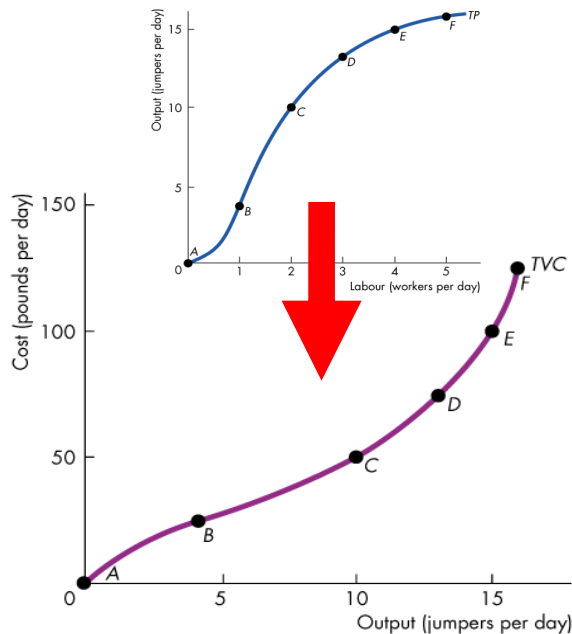
In een zone waar het marginaal product gelijk is aan het gemiddeld product, is gemiddeld product **MAXIMAAL**.

Kosten op korte termijn

Om meer output op korte termijn te realiseren, moet een bedrijf meer middelen aanwenden, wat betekent dat het zijn kosten moet verhogen.

We beschrijven de manier waarop de kosten van een bedrijf veranderen (wanneer het totaal product verandert), d.m.v. de volgende 3 kostenconcepten en drie types kostencurven:

- **Totale kost** van een bedrijf = de kost van ALLE aangewende middelen
= vaste + variabele kost
 - **totale vaste kost** = is de kost van de vaste inputs van het bedrijf. Vaste kosten veranderen niet met output.
 - **totale variabele kost** = is de kost van de variabele inputs van het bedrijf. Variabele kosten veranderen wel met de output.
- vb. Je moet wegens crisis je productie stilleggen. Je arbeiders /energiekosten... zijn variabele kosten, maar je leningen... zijn vaste kosten.⁷



De vorm van de totale kostencurve is afgeleid van de vorm van de totale productcurve.

MAAR:

- de TP curve wordt steiler bij kleine outputs en minder steil bij grote outputs

↔

- TVC curve wordt minder steil bij kleine outputs en steiler bij grote outputs.

- Marginale kost

= de verandering in totale kost als gevolg van de stijging van de output met 1 eenheid

$$= \frac{\text{verandering totale kost}}{\text{verandering van output met 1 eenheid}}$$

→ Bij toenemende marginale opbrengst, dalen de marginale kosten als de output stijgt

→ Bij afnemende marginale opbrengst, stijgen de marginale kosten als de output stijgt

- Gemiddelde kost

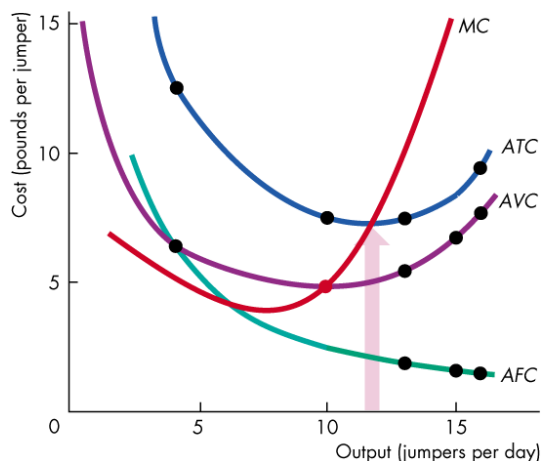
= de kost per eenheid output

Drie soorten gemiddelde kosten:

→ *gemiddelde vaste kost (AFC)*: de totale vaste kost per eenheid van output

→ *gemiddelde variabele kost (AVC)*: de totale variabele kost per eenheid van output

→ *gemiddelde totale kost (ATC)*: de totale kost per eenheid van output = AFC + AVC



De AFC curve toont dat de gemiddelde vaste kost daalt als de output stijgt.

→ Bij toenemende output worden vaste kosten gespreid over een groter volume output

De AVC curve is U-vormig: wanneer de output stijgt, daalt de gemiddelde variabele kost tot een minimum en stijgt dan weer

→ het gevolg van afnemende meeropbrengsten

De ATC curve is ook U-vormig doordat het een som is van de twee voorgaande!

De marginale kost curve is specialer:

→ Als AVC daalt, bevindt de MC-curve zich onder de AVC-curve

→ Als AVC stijgt, bevindt de MC-curve zich boven de AVC-curve

→ Als AVC zijn minimum bereikt, snijden de AVC- en MC-curve elkaar

→ Idem voor TC-curve (vervang AVC door TC)

Kostencurve en productiecurve

De vormen van de kostencurve van een bedrijf wordt bepaald door de toegepaste technologie.

Bij toenemende inzet van arbeid:

- initieel nemen marginaal product en gemiddeld product toe, en nemen marginale en gemiddelde kosten af;
- bij maximum marginaal product is marginale kost minimaal;
- vervolgens neemt marginaal product af, en stijgt marginale kost;
- bij maximum gemiddeld product is gemiddelde variabele kost minimaal;
- vervolgens neemt gemiddeld product af en stijgt gemiddelde variabele kost.

Verschuivingen in de kostencurven:

Positie van een kostencurve hangt af van 2 factoren, nl.

Technologie:

technologische verandering die productiviteit doet toenemen

- de totale, marginale en gemiddelde productiecurves verschuiven omhoog

Wanneer een technologische verandering ervoor zorgt dat een bedrijf meer kapitaal en minder arbeid aanwendt, dan dalen de totale kosten MAAR de vaste kosten stijgen!

Prijzen van de productiefactoren

Een stijging in vaste kosten (bv. rente op kapitaal) verschuift

- de totale kost (TC) en de gemiddelde totale kost (ATC) curven naar boven
- de variabele kost (AVC en TVC) en de marginale kost (MC) curve niet.

Een stijging in de variabele kosten (bv. lonen op arbeid) verschuift

- de totale kost (TC), de gemiddelde totale kost (ATC) en de marginale kost (MC) curven naar boven
- de vaste kostencurven (AFC en TFC) blijven onveranderd.

Kosten op Lange termijn

- Alle inputs zijn variabel, dus ook de kosten!!

De productiecurve

- Het gedrag van de kosten hangt van deze curve af!

Het **marginaal product van kapitaal** is de stijging in output als gevolg van de stijging van de hoeveelheid kapitaal met 1 eenheid, waarbij de hoeveelheid arbeid constant gehouden wordt.

Een productiefunctie toont een afnemende marginale opbrengst t.o.v.

- de arbeid (voor een bepaalde installatie)
- het kapitaal (voor een bepaalde hoeveelheid arbeid).

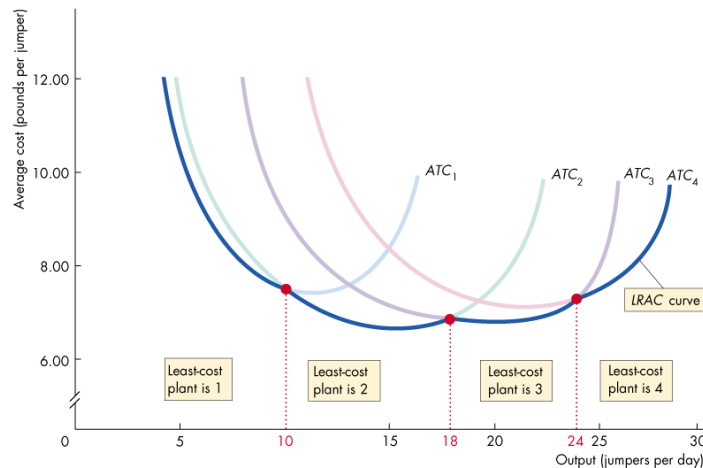
De gemiddelde kost om een gegeven output te produceren varieert en hangt af van de grootte van de installatie van het bedrijf

- hoe groter de installatiegrootte, hoe groter de output waarbij de gemiddelde totale kost op zijn minimum is.

Gemiddelde lange termijn kostencurve is gebaseerd op de laagste ATC voor elk outputniveau.

→ Legt het verband tussen de laagst mogelijk gemiddelde totale kost en output, wanneer zowel installatiegrootte en arbeid gevarieerd worden.

= een planningscurve: ze toont de installatiegrootte waarbij de kosten om een bepaalde output te produceren minimaal zijn!



Schaalvoordelen en schaalnadelen!

- **Schaalvoordelen** zijn eigenschappen van de bedrijfstechnologie die leiden tot dalende lange termijn gemiddelde kosten wanneer de output stijgt.
- **Schaalnadelen** zijn eigenschappen van de bedrijfstechnologie die leiden tot stijgende lange termijn gemiddelde kosten wanneer de output stijgt.

Constante schaalwinst = een eigenschap van de bedrijfstechnologie die leidt tot constante lange termijn gemiddelde kosten wanneer de output stijgt

Een bedrijf ondervindt voordeel vanaf een bepaald outputniveau.

→ Na dat outputniveau, bereikt men het gebied van constante schaalwinst of schaalnadeel.

De minimum efficiënt schaal = de kleinste hoeveelheid aan output waarbij de lange termijn gemiddelde kost zijn laagste niveau bereikt.

11 Volkomen concurrentie

Wat is volkomen concurrentie?

Een industrie waarin **volkomen concurrentie** heerst omvat:

- Veel bedrijven die een identiek product verkopen aan veel kopers.
- Geen beperkingen om tot de markt toe te treden.
- Gevestigde bedrijven hebben geen voordelen op nieuwkomers.
- Kopers en verkopers zijn goed geïnformeerd over de prijzen.

Volkomen concurrentie ontstaat:

- Wanneer de minimum efficiënte grootte van een bedrijf klein is tegenover de marktvraag. Er is dus plaats voor vele bedrijven op de markt.
- En wanneer er door elk bedrijf een goed of dienst wordt geproduceerd dat geen uniek karakter heeft. Voor de consumenten is het dan irrelevant van welk bedrijf zij het goed kopen

Bij volkomen concurrentie is elk bedrijf een prijsnemer

Een prijsnemer = een bedrijf dat geen invloed kan uitoefenen op de prijs van een goed of dienst.

De output van elk bedrijf is een perfect substitutieproduct van de output van een ander bedrijf. De vraag naar de output van elk bedrijf is dus perfect elastisch.

Het doel van elk bedrijf is het maximaliseren van de economische winst (= totale opbrengst – totale kost). De totale kost is de opportuiniteitskost van de productie. Deze omvat eveneens normale winst

- **De totale opbrengsten van een bedrijf** = gelijk aan de prijs, P , vermenigvuldigd met de verkochte hoeveelheid, Q
→ $P \times Q$
- Het **marginale inkomen** van een bedrijf = de verandering in totale inkomsten die voortkomen uit één eenheidsverhoging in de verkochte hoeveelheid
→ horizontale rechte // X-as

Beslissingen van een bedrijf bij volkomen concurrentie

Een bedrijf binnen een volkomen concurrentiële markt kent twee beperkingen:

- Marktbeperkingen samengevat door de marktprijs en de opbrengstencurve van het bedrijf.
- Een technologische beperking samengevat door de productiecurve en de kostencurve.

Bedrijven op een volkomen concurrentiële markt kennen 4 belangrijke beslissingen.

Korte termijn beslissingen:

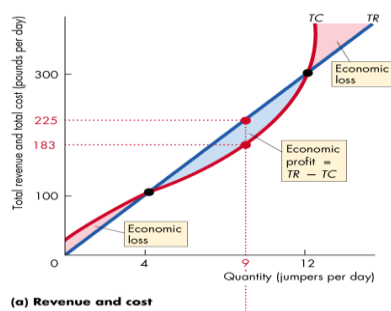
- 1 Produceren of tijdelijk niet produceren?
- 2 Indien produceren, hoeveel produceren?

Lange termijn beslissingen:

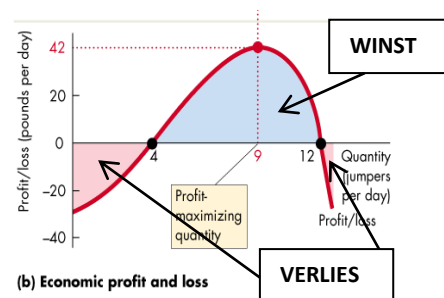
- 3 De bedrijfsgrootte (infrastructuur) vergroten of verkleinen?
- 4 Op de markt actief blijven of deze verlaten?

Een bedrijf in een volkomen concurrentiële markt, kiest een output die zijn economische winst maximaliseert.

→ Je moet kijken naar de totale opbrengstencurve en de totale kostencurve van het bedrijf



Totale inkomstencurve (TR): blauw
Totale kostencurve (TC): rood



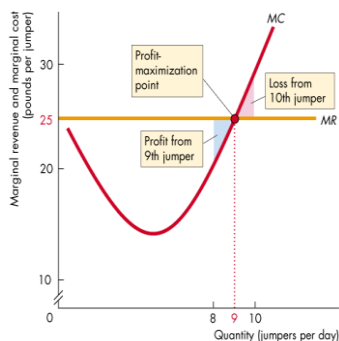
Totale opbrengsten – economische winst/verlies

Op deze grafiek zien we een maximale winst bij 9 truitjes.

→ Bij te weinig/ te veel output is er verlies (de vaste kosten worden niet gedekt/ er komen extra vaste kosten bij)

Marginale analyse

Aangezien marginale opbrengsten constant zijn en marginale kosten eventueel stijgen bij een stijgende output, wordt de winst gemaximaliseerd door een output te produceren waarvoor de marginale inkomsten (MR) gelijk zijn aan de marginale kosten (MC).



$MR > MC$: economische winst stijgt bij een stijgende output

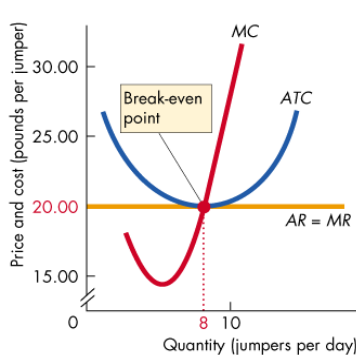
$MR < MC$: economische winst daalt bij een stijgende output

$MR = MC$: economische winst daalt in elke richting

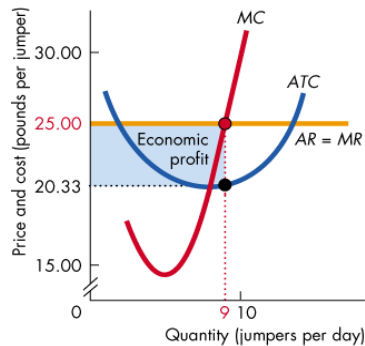
→ economische winst wordt bij deze gemaximaliseerd

Winst en verlies op korte termijn

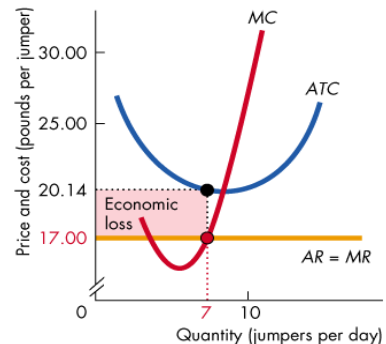
Om te bepalen of een bedrijf economische winst maakt of economische verlies leidt, vergelijkt men de gemiddelde totale kost (ATC) van een bedrijf bij de winst maximaliserende output met de marktprijs.



(a) Normal profit



(b) Economic profit



(c) Economic loss

De korte termijn aanbodscurve van een bedrijf binnen een volkomen concurrentiële markt geeft weer hoe de winstmaximaliserende output van een bedrijf varieert met de marktprijs.

Aangezien een bedrijf de output produceert waarbij marginale kosten gelijk zijn aan marginale inkomsten, en marginale kosten gelijk zijn aan de prijs, is zijn aanbodcurve verbonden met zijn marginale kostencurve.

Maar er is ook een prijs waaronder een bedrijf niet meer produceert en tijdelijk sluit

→ prijs lager ligt dan de minimale gemiddelde variabele kost

Vb. Je bent een varkenshouder. Je koopt biggetjes, je voedert ze en daarna verkoop je ze opnieuw. Je koopt ze aan €20,- en steekt er €60,- in. Je hebt ook nog een stal nodig, die €100,- /10jaar kost (= €10,- per jaar)

→ Je verkoopt de biggetjes aan €100,- : Je maakt €10,- winst.

→ Stel je krijgt er maar €50 meer voor : Je stopt

→ Stel je krijgt er maar €85 meer voor : Je gaat verder

→ Je kan zo nog een stuk van je stal terugbetalen ($85 - 60 - 20 = 5$; die €5 kan je dan nog jaarlijks afbetalen zodat je maar €45 verlies hebt ipv €90

(dit is voor wnr je nog 9jaar moet betalen voor je stal)

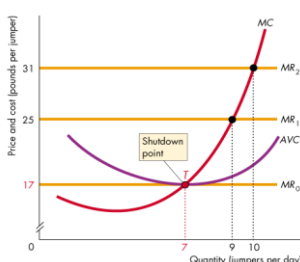
Het tijdelijk sluiten van de fabriek

Het sluitingspunt = het punt waarbij de output en verkoopprijs slechts de totale variabele kosten van een bedrijf dekken

→ Dit is het punt waar de gemiddelde variabele kosten een minimum bereiken.

→ Dit is eveneens het punt waar de marginale kostencurve de gemiddelde variabele kostencurve snijdt

→ Het maakt niet uit of het bedrijf produceert. Het verlies is immers gelijk aan de totale vaste kosten



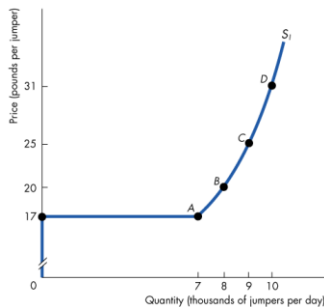
(a) Marginal cost and average variable cost

T is sluitingspunt (bedrijf is onverschillig om wel of niet te produceren)

Het bedrijf produceert het aantal truien waarbij de MR en MC curve elkaar snijden.

De korte termijn industrie aanbodscurve

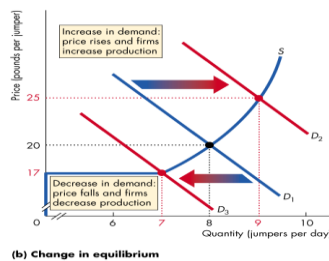
→ geeft de aangeboden hoeveelheid door een industrie voor elke prijs wanneer de installatiegrootte van elk bedrijf en het aantal bedrijven gelijk blijft.



Bij sluitingspunt is de industrieaanbodscurve perfect elastisch (sommige bedrijven produceren wel aan de hoeveelheid gegeven door het sluitingspunt, ander produceren niet)

Output, prijs en winst bij volkomen concurrentie

Korte termijn evenwicht



Korte termijn industrie aanbod en vraag bepalen de marktprijs en –output: blauw

Verandering in vraag (rood):

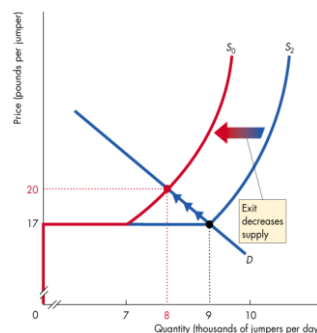
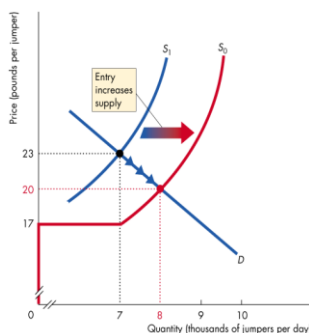
Als vraag stijgt → prijs + hoeveelheid stijgt (en omgekeerd)

Lange termijn aanpassingen

(op lange termijn past industrie zich aan door toe- of uittreding of door verandering in installatiegrootte)

Toetreding of uittreding:

Bedrijven treden uit bij verlies, bedrijven treden in een industrie in dat winst maakt.



- toetreding:

aanbodcurve industrie rechts

→ prijs daalt, hoeveelheid stijgt: winst elk bedrijf daalt

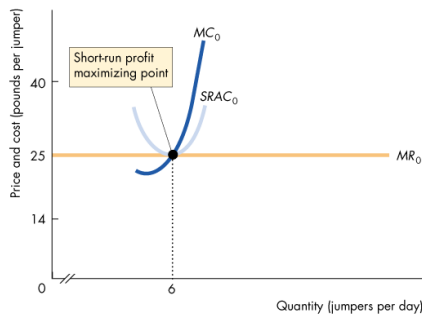
- uittreding:

aanbodcurve van de sector verschuift naar links

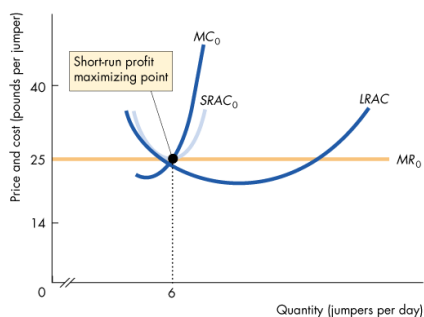
→ prijs stijgt, de hoeveelheid daalt: winst elk bedrijf stijgt

Verandering in de installatiegrootte:

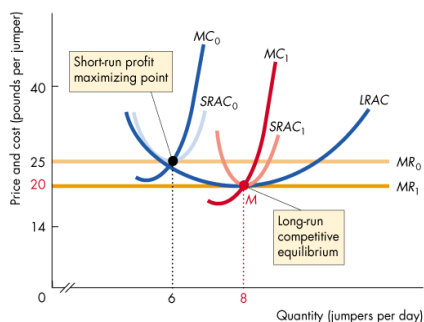
Indien de gemiddelde totale kosten de minimale lange termijn kosten overschrijden, veranderen bedrijven hun installatiegrootte om de kosten te verlagen en de winsten te vergroten



Bij een prijs van €25 maakt het bedrijf geen economische winst met de huidige installatie.



LRAC curve vertoont een neerwaartse helling bij de huidige output → het bedrijf kan door een installatievergroting zijn winst maximaliseren



Bij vergroting van de installatiegrootte bekom je eveneens een vergroting van het aanbod, waar door de gemiddelde kostprijs daalt

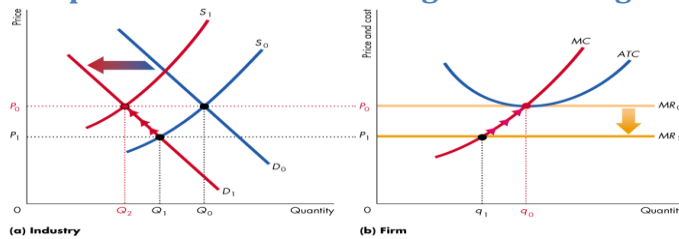
→ Lange termijn evenwicht komt voor wanneer een bedrijf produceert met die bedrijfsgrootte zodat aan de minimale gemiddelde lange termijnskost wordt gewerkt.

Lange termijn evenwicht komt voor wanneer:

- Er geen economische winst is. De bedrijven zullen niet toetreden noch uittreden uit een industrie.
- Gemiddelde lange termijn kosten zijn minimaal dus bedrijven veranderen hun installatiegrootte niet.

Smaakverandering en technologische vooruitgang

Een permanente verandering van de vraag



Daling in vraag: vraagcurve schuift naar links (grafiek 1) → P, Q daalt

Vanuit een lange termijn evenwicht bekeken (grafiek 2):

Prijsdaling onder gemiddelde minimale totale kost zorgt voor verlies

→ Economisch verlies leidt tot uitreding

→ Korte termijn aanbod opnieuw naar links waardoor de marktprijs stijgt en de markthoeveelheid verder daalt.

→ Bij een stijgende prijs zal een in de markt gebleven bedrijf zijn output verhogen in een beweging langs de marginale kosten curve (rode pijltjes grafiek 1)

→ Een nieuw lange termijn evenwicht komt tot stand wanneer de prijs is gestegen tot hij gelijk is aan de minimum ATC, zodat een bedrijf geen economisch verlies oploopt en er geen aanleiding meer is om de industrie te verlaten.

Het belangrijkste verschil tussen het aanvankelijke evenwicht en het lange termijn evenwicht is het aantal bedrijven in de industrie (sector): bij het nieuwe evenwicht produceren minder bedrijven de evenwichtshoeveelheid

→ Voor een stijging in vraag gebeurt het omgekeerde!

Externe economie en 'diseconomie'

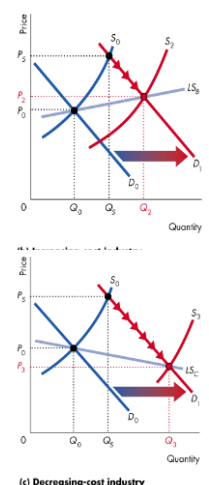
Externe economieën zijn factoren die buiten de controle van een individueel bedrijf liggen en die de bedrijfskosten verlagen bij een verhoging van de industriële output

Externe diseconomieën zijn factoren die buiten de controle van de bedrijven liggen en die de bedrijfskosten doen stijgen bij een verhoging van de industriële output.

→ In de afwezigheid van externe economieën of externe diseconomieën blijven de bedrijfskosten constant bij veranderingen in industriële output

De lange termijn aanbodcurve van de sector toont hoe de door de industrie aangeboden hoeveelheid varieert indien de marktprijs varieert nadat alle mogelijke aanpassingen gemaakt zijn, zoals installatiegrootte en het aantal bedrijven binnen de industrie

- bij de afwezigheid van externe economieën of diseconomieën, de prijs constant blijft bij een stijgende vraag: LS horizontaal
- Bij aanwezigheid van externe diseconomieën zal de prijs stijgen bij een stijgende vraag
 - LS-curve heeft een opwaartse helling
- Bij aanwezigheid van externe economieën zal de prijs dalen bij een stijgende vraag
 - LS-curve heeft een neerwaartse helling (dit gebeurt enkel in zeer specifieke markten)



Technologische veranderingen

Een nieuwe technologie laat bedrijven toe te produceren aan een lagere gemiddelde kost en verlaagt de marginale en gemiddelde kosten

→ de kostcurven van bedrijven verschuiven neerwaarts.

→ Industrieel aanbod stijgt en de industriële aanbodcurve verschuift rechts.

→ De prijs daalt en de hoeveelheid stijgt.

→ Uiteindelijk krijgt men een nieuw lange termijn evenwicht waarbij alle bedrijven gebruik maken van de nieuwe technologie. De prijs daalt tot de minimale ATC, en elk bedrijf maakt een normale winst.

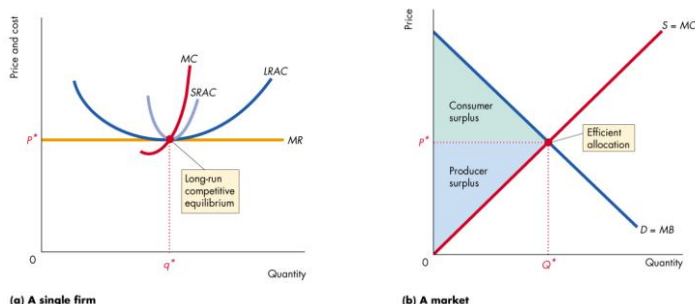
!! Dit kan leiden tot grote veranderingen in de lokale welvaart!

vb. Steenkool wordt opgevolgd door kernenergie; er is nu nog wel steenkool maar je moet de nieuwe technologie volgen omdat je anders later niets hebt!

Concurrentie en efficiëntie

Middelen worden efficiënt gebruikt wanneer niemand er beter van kan worden zonder dat iemand anders er op achteruit gaat. Deze situatie doet zich voor wanneer de marginale opbrengsten gelijk zijn aan de marginale kosten

- **Keuzes:** consumenten maken het best gebruik vd middelen die ze voorhanden hebben op alle punten langs hun vraagcurven en een bedrijf doet hetzelfde voor de middelen langs hun aanbodcurven. → Je moet dus keuzes maken!
- **Evenwicht:** Bij een concurrentieel evenwicht is de gevraagde hoeveelheid gelijk aan de aangeboden hoeveelheid. De marginale opbrengsten zijn gelijk aan de marginale kosten. → De winsten van handel worden gemaximaliseerd
- **Efficiëntie:** Een concurrentieel evenwicht is enkel efficiënt wanneer er geen ... zijn
 - **Externe opbrengsten** zijn opbrengsten die te danken zijn aan andere personen dan de kopers van een goed.
 - **Externe kosten** zijn kosten die niet door de producent van het goed of dienst worden gedragen maar door iemand anders
vb. Het is niet de kapitein die last heeft van de olievlek die hij creëerde op zee, maar wel de visser.



Grafiek 1: Elk bedrijf produceert aan de laagst mogelijke gemiddelde lange termijn kost, aan prijs P^* en hoeveelheid q^* .

Graf. 2: - Langs de vraagcurve ($D =$ marginale opbrengstencurve), is de consument efficiënt.

- Langs de aanbodcurve ($S =$ marginale kostencurve), is de producent efficiënt.

→ Het concurrentieel evenwicht is efficiënt. (C wint CS en P wint PS)

Dit komt bijna nooit voor MAAR, het is de droom van elke economist!!

12 Monopolie

Marktmacht

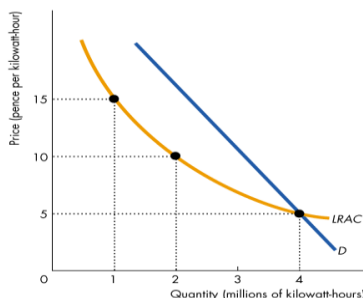
De macht die men heeft in de markt is de mogelijkheid om de markt te beïnvloeden, en meer specifiek de marktprijs, door de totale aangeboden hoeveelheid te beïnvloeden

Een **monopolie** is een industrie die een goed of dienst produceert waarvoor er geen vergelijkbare substituten bestaan en waarvoor er één producent is die tegen concurrentie beschermt wordt door een barrière die toegang tot de markt door nieuwe ondernemingen onmogelijk maakt = prijszetter

Ontstaan

2 kenmerken monopolie:

- Geen substituten (er zijn geen alternatieven)
- **Toegangsbarrières** = Wettelijke of natuurlijke beperkingen die een onderneming beschermen tegen potentiële concurrenten
 - Wettelijke toegangsbarrières creëren een **zuiver monopolie** = een markt waarbinnen concurrentie en toegang beperkt worden door de toewijzing van een monopoliefranchise, een overheidslicentie, een patent of auteursrechten. Waarom? Kwaliteitsgarantie, maar ook geldwinning voor de overheid!
 - Natuurlijke toegangsbarrières creëren een **natuurlijk monopolie** = een industrie waarbij één onderneming de hele markt kan bevoorraden aan een lagere prijs dan twee of meerdere ondernemingen kunnen

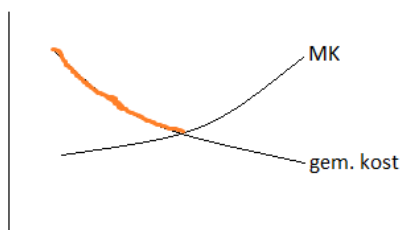


geel = LRAC; blauw = vraag

- 1 bedrijf kan 4 miljoen kilowatt-uren produceren tegen 5 eurocent per kilowatt-uur,
- 2 bedrijven kunnen 4 miljoen kilowatt-uren produceren tegen (ieder 2 miljoen) tegen 10 eurocent per kilowatt-uur,
- 4 bedrijven kunnen 4 miljoen kilowatt-uren (1 miljoen kilowatt-uren elk) produceren tegen 15 pence per kilowatt-uur.

In een natuurlijk monopolie zijn de schaalvoordelen zo krachtig dat ze nog steeds bereikt worden, zelfs wanneer de hele marktvraag bediend wordt

→ LRAC helt naar beneden bij snijpunt D



Een monopolie zit op het orange gebied (waar de gem. kost lager is dan de MK), wanneer dit niet zo is, dan is het beter dat er meer substituten zijn (wnr gem. kost lager is dan MK)

Prijszettingsstrategieën bij monopolie

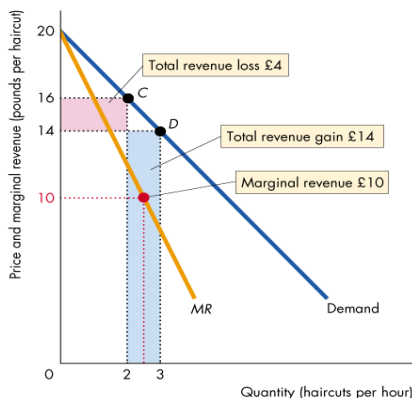
- **Prijsdiscriminatie** = verschillende eenheden van een goed of een dienst aangeboden aan een verschillende prijs.
vb. groeps-, studenten- of bejaardentarief in de cinema.
Opgelet! Veel ondernemingen passen prijsdiscriminatie toe, maar dit zijn daarom niet allemaal monopolies
- **Een gemeenschappelijke prijs monopolie** = een onderneming die elke eenheid van zijn output aan dezelfde prijs moet verkopen aan al zijn consumenten

De output en prijsbeslissing bij een gemeenschappelijke prijs monopolie

Om meer output te verkopen moet het monopolie een lagere prijs zetten

- De totale inkomsten, TR (*total revenue*), zijn de prijs, P , vermenigvuldigd met de verkochte hoeveelheid, Q (*quantity*).
- De marginale inkomsten, MR (*marginal revenue*), is de verandering in de totale inkomsten die het resultaat zijn van een toename van één eenheid in de verkochte hoeveelheid.
- Bij een gemeenschappelijke prijs monopolie zijn de marginale inkomsten minder dan de prijs op elk niveau van de output $\rightarrow MR < P$

Voorbeeld:

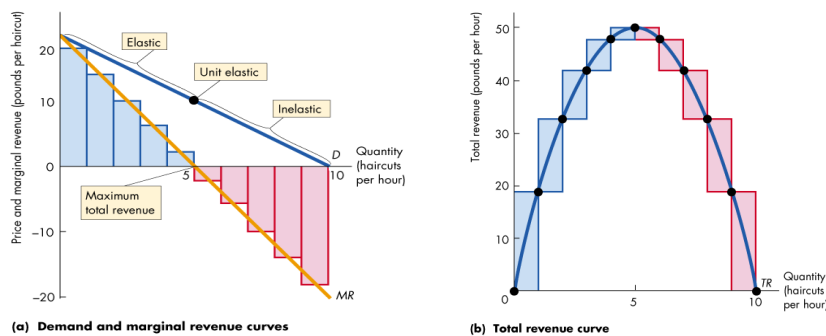


Monopolie stelt een prijs van €16,- \rightarrow er worden 2 eenheden verkocht

Wanneer we de prijs doen dalen naar € 14,- worden er 3 eenheden verkocht \rightarrow De totale opbrengsten nemen toe met €10,- want je krijgt $2 \times (\text{€}16 - \text{€}2) + \text{€}14$ van de extra eenheid!

MR snijdt door punt op 10: $MR < P$

Marginale opbrengsten en elasticiteit



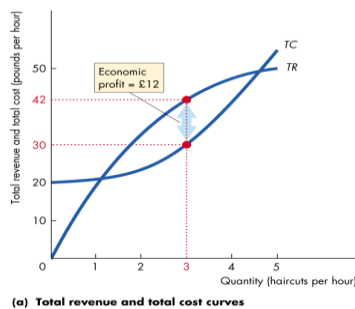
De marginale opbrengsten bij een gemeenschappelijke prijs monopolie is gerelateerd aan de elasticiteit van de vraag voor dat goed:

- Indien de vraag elastisch is, kan een daling in de prijs een toename in de totale inkomsten tweevoudig brengen : $MR > 0$
- Wanneer de vraag inelastisch is brengt een daling van de prijs een daling van de totale inkomsten met zich mee : $MR < 0$
- Wanneer de vraag eenheidselastisch is, laat een prijsdaling de totale inkomsten onveranderd : $MR = 0 \rightarrow$ Totale opbrengst is maximaal

In een monopolie is de vraag altijd elastisch

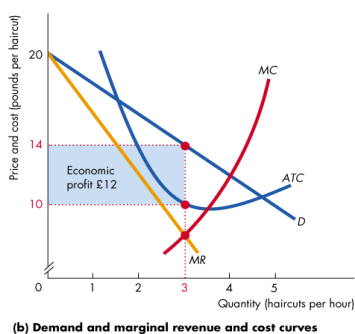
Een gemeenschappelijke prijs monopolie produceert nooit een output waarvoor de vraag inelastisch is.

Het monopolie selecteert de winst-maximaliserende output net zoals een bedrijf in een concurrentiële omgeving \rightarrow daar waar $MC = MR$



Figuur 12.4 geeft de winstmaximalisatie keuzes van een gemeenschappelijke prijs monopolist weer.

Het monopolie zet de geproduceerde hoeveelheid op het niveau waarbij de totale inkomsten minus de totale kost maximaliseert (dat is daar waar de raaklijnen vd grafieken evenwijdig liggen)



De ATC curve geeft de gemiddelde kost weer.

De economische winst is de winst per eenheid vermenigvuldigd met de geproduceerde hoeveelheid – de blauwe rechthoek

Hoe ga je te werk om dat punt te bepalen?

STAP 1: Hoeveel ga je produceren?

\rightarrow de hoeveelheid waar de MR en MC curves snijden!

STAP 2: Op hoeveel zet je de prijs?

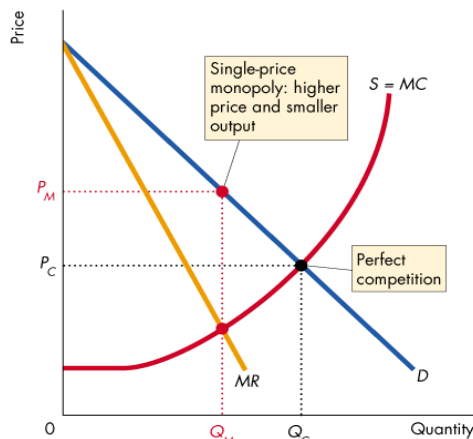
\rightarrow je vult de uitkomst van stap 1 in de vraagcurve (D) in

Opgelet! Je hebt dan:

- Winst; wanneer de ATC curve lager ligt dan de D-curve
→ Hoe hoger ze naar de D-curve gaat hoe minder winst je maakt
- Winst noch verlies; wanneer de ATC curve rakend is aan de D-curve
- Verlies; wanneer de ATC curve hoger ligt dan de D-curve

Gemeenschappelijke prijs monopolie en concurrentie vergeleken

Output en prijs vergelijken



D: marktvraagcurve bij volkomen concurrentie is de vraagcurve waarmee een onderneming in een monopolistische situatie te maken heeft.

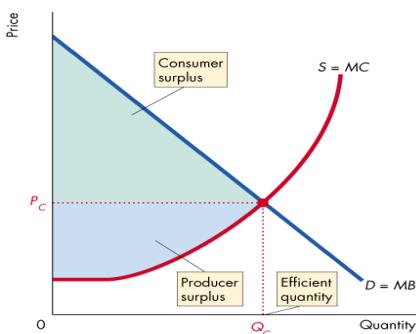
De marktaanbodscurve bij volkomenconcurrentie is de horizontale som van de individuele marginale kostencurven van alle ondernemingen in de volkomen concurrentiële markt, $S \rightarrow$ = de MC-curve vd monopolist

Volkomen conc: ev als $D = S \rightarrow P_C$

Monopolie: ev als $MR = MC \rightarrow P_M$ op D (= hoogte vd winst-maximaliserende hoeveelheid)

⇒ In vergelijking met de volkomen concurrentie, produceert een monopolie minder output tegen een hogere prijs

Vergelijking van de efficiëntie → Een monopolie is inefficiënt!

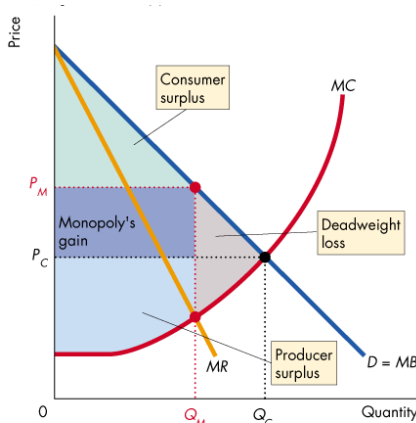


D = marginale opbrengstcurve MB

S = marginale kostencurve MC

Volkomen concurrentie efficiënt als $MC = MB$

→ efficiënt bij P_C : som 2 surplussen is maximaal!



Bij een monopolie is $MB > MC$

→ Op alle outputniveau's waar de marginale opbrengsten de marginale kosten overstijgen, komt een onvermijdelijk verlies tot stand.

Een monopolie herverdeelt een deel van het consumentensurplus door het te veranderen in producentensurplus. (donkerblauwe rechthoek)

(b) Monopoly

Prijs discriminatie

Om dit mogelijk te maken moet een monopolie:

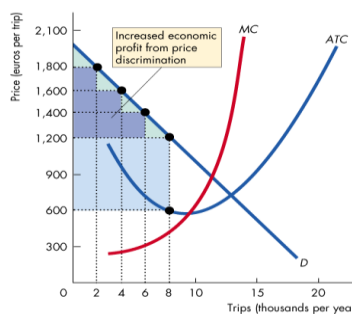
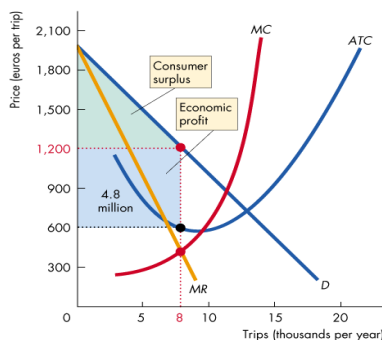
- verschillende types kopers identificeren en onderscheiden
vb. Het eerste jaar kost een cd €20, met de jaren zakt de prijs, een echte fan betaald dus meer!
- een product verkopen dat niet doorverkocht kan worden

→ De prijsdiscriminatie zet het consumentensurplus om in het producentensurplus.

Let wel! : Prijsverschil door kosten verschillen \neq prijsdiscriminatie!

Een monopolie kan discrimineren op volgende vlakken:

- *Tussen eenheden van goederen*
vb. Kortingen voor grote hoeveelheden (maar niet kortingen op grote hoeveelheden door een daling van de productiekosten)
- *Tussen groepen kopers*
vb. vliegtuigtickets die lang op voorhand gekocht worden



Figuur 12.8 en 12.9 tonen dezelfde markt met een enkele prijs en prijsdiscriminatie en tonen hoe prijsdiscriminatie consumentensurplus in economische winst omzet

Perfekte prijsdiscriminatie extraheert het volledige potentiële surplus en zet deze om in economische winst.

→ Verhoogt de output tot de hoeveelheid waar de prijs gelijk is aan de marginale kosten.

→ De economische winst neemt toe bij een gemeenschappelijke prijs monopolie.

Deadweight loss wordt geëlimineerd

13 Monopolistische concurrentie

Wat is monopolistische concurrentie?

Monopolistische concurrentie is een marktstructuur waarbij:

- Een groot aantal bedrijven elkaar beconcurreren: 3 gevolgen
 - **Klein marktaandeel**: elk bedrijf heeft slechts een klein aandeel in de totale markt en kan dus slechts een beperkte invloed uitoefenen op de prijs van zijn product.
 - **Negeren van andere bedrijven**: Elk bedrijf is gevoelig voor de gemiddelde marktprijs, maar geen enkel bedrijf besteedt aandacht aan de acties van de andere: acties van een bedrijf zullen dus geen directe invloed uitoefenen op deze van een ander bedrijf
 - **Onmogelijke colussie**: Aangezien er zo veel spelers zijn is een samenwerking om de prijzen vast te stellen onmogelijk
- **Productdifferentiatie** = elk bedrijf een iets verschillend product produceert
→ gedifferentieerd product leunt dicht aan bij een substitutieproduct, maar is het niet.
- Bedrijven elkaar beconcurreren op gebied van:
 - **Kwaliteit**: Productontwerp, betrouwbaarheid, en dienst na verkoop
 - **Prijs**: Aangezien elke speler een gedifferentieerd product produceert, heeft hij telkens een eigen neerwaarts gehelde vraagcurve en kan zo zijn eigen prijs en output bepalen
→ MAAR prijs en kwaliteit dienen tegen elkaar afgewogen te worden!
 - **Marketing en merknaam**: Gedifferentieerde producten moeten op de markt gebracht worden met behulp van reclame en verpakking. Een merknaam is een van de belangrijkste wegen waarmee bedrijven proberen om een kwaliteitsverschil te ontwikkelen vb. pepsi tov coca cola
- Bedrijven vrij zijn om tot een markt toe te treden of deze te verlaten
→ geen economische winst op lange termijn

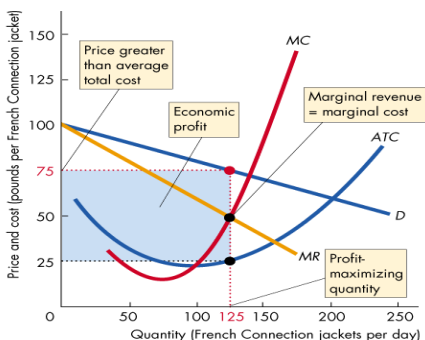
Voorbeelden van monopolistische concurrentie zijn geluid-en videoapparatuur, pc's, voeding, kledij...

Output en prijs onder monopolistische concurrentie

De korte termijn output en prijs beslissingen van bedrijven

Een bedrijf beslist op basis van zijn kwaliteitseisen een marketing strategie, en produceert zo de winst-maximaliserende hoeveelheid waarbij $MR = MC$.

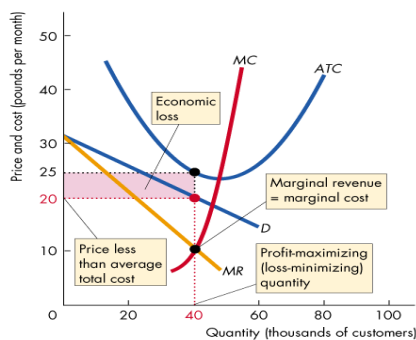
Prijs wordt bepaald adhv de vraagcurve voor het product van het bedrijf en is de hoogste prijs die een bedrijf kan vragen voor de winstmaximaliserende hoeveelheid



Het bedrijf gaat opereren als een gemeenschappelijke prijs monopolie.

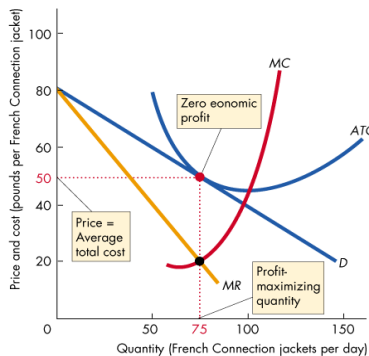
Het bedrijf produceert die hoeveelheid waarbij de marginale opbrengst gelijk is aan de marginale kost en verkoopt deze voor de hoogste mogelijke prijs.

→ Bedrijf maakt winst als $P > ATC$ bij $MC=MR$ (blauwe rechthoek)



Bedrijf economisch verlies als $P < ATC$ bij $MC=MR$ (roze rechthoek)

Lange termijn: Geen economische winst



Op lange termijn induceert economische winst toetreding als $P > ATC$ (toetreding gaat door zolang een industrie economische winst maakt)

Op lange termijn maximaliseert een bedrijf binnen een monopolistische concurrentie zijn winst door het produceren van de hoeveelheid waarbij zijn marginale opbrengsten gelijk zijn aan de marginale kosten, $MR = MC$

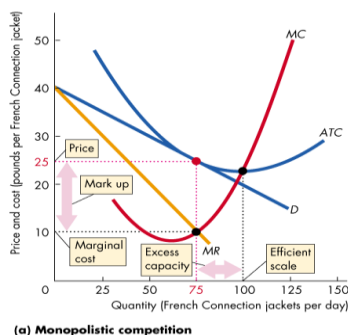
Prijs en hoeveelheid dalen wanneer een bedrijf toetreedt tot $P = ATC$ en bedrijven maken geen economische winst meer.

→ Wanneer bedrijven op korte termijn een economisch verlies oplopen, zullen sommige bedrijven de markt verlaten en dit totdat het lange termijn evenwicht is hersteld.

Monopolistische concurrentie vs volkomen concurrentie

Je hebt 2 verschillen:

- **Overcapaciteit** = als bedrijf minder produceert dan de hoeveelheid waarbij ATC minimaal is (efficiënte schaal)
- De **meerprijs** die een bedrijf kan krijgen is het verschil tussen prijs en de marginale kost.



Bedrijven onder monopolistische concurrentie opereren met een overcapaciteit voor het lange termijn evenwicht

→ wordt verklaart door neerwaartse helling vd vraagcurve

Bedrijven onder monopolistische concurrentie realiseren een meerprijs

→ ook dit is een gevolg vd neerwaartse helling vd vraagcurve

Is een monopolistische concurrentie efficiënt?

Aangezien bij monopolistische concurrentie $P > MC$, de marginale opbrengsten de marginale kosten overschrijden, lijkt monopolistische concurrentie inefficiënt

↔ de brutowinst van prijzen boven de marginale kost ontstaat door productdifferentiatie

- **Monopolistische concurrentie brengt de voordelige en misschien efficiënte hoeveelheid variatie op de markt**

Productontwikkeling en marketing

Innovatie en productontwikkeling

Om economische winst te blijven maken moet een bedrijf binnen een monopolistische concurrentie voortdurend producten ontwikkelen

→ Het ontwikkelen van nieuwe producten laat een bedrijf toe om een maximaal (tijdelijk) concurrentievoordeel te ontwikkelen vooraleer een ander bedrijf de innovaties adapteert

Vb. Wanneer een bedrijf een nieuw medicijn creëert krijgt het misschien een patent van 20 jaar, zodat het toch beschermd is en toch de stap zet om het te produceren.

Kosten versus baten van productinnovatie

- Innovatie is kostelijk, maar verhoogt het totale inkomen.
- Bedrijven streven productontwikkeling na tot het marginale inkomen gelijk is aan de marginale kost van de innovatie → Maw: het bedrijf geeft de winst uit aan productontwikkeling

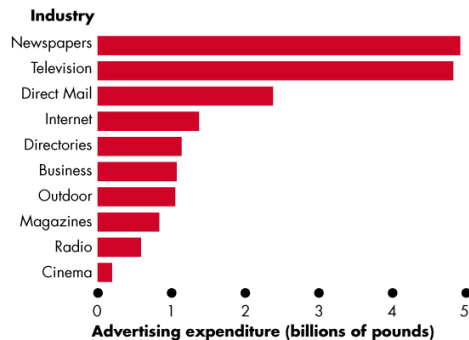
Efficiëntie en productinnovatie

Productieontwikkelingen kunnen de consument een beter product bieden of kwaliteitsverandering laten uitschijnen

→ zijn waarde voor de consument is de marginale opbrengst, d.i. de hoeveelheid die de consument bereid is te betalen.

Aangezien $P > MC$, wordt productontwikkeling niet doorgevoerd tot het efficiëntste niveau (er zijn heel wat productinnovaties die in feite niet zo goed zijn als wat consumenten bereid zijn om er voor te betalen!)

Adverteerkosten



Bedrijven binnen een monopolistische concurrentie kunnen zeer hoge adverteerkosten hebben.

→ Je maakt alleen reclame wanneer je marktmacht hebt.

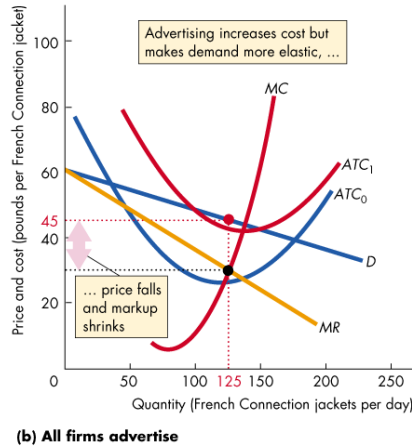
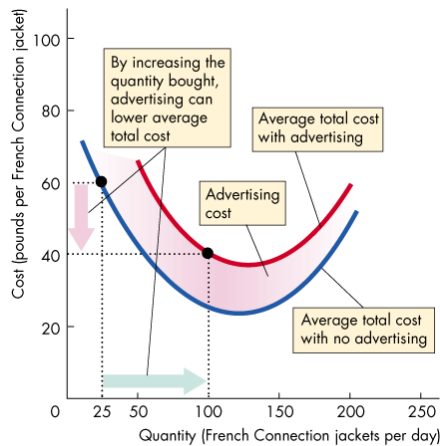
Verkoopkosten en totale kosten

- Verkoopkosten zoals adverteerkosten, buitensporige kosten van bepaalde kleinhandels etc. zijn vaste kosten.
 - Verkoopkosten zoals adverteerkosten zijn vaste kosten. Ze veranderen niet in functie van de totale productie.
- Gemiddelde vaste kosten verlagen bij stijgende productie, de verkoopkosten verhogen de gemiddelde totale kost bij elk output niveau maar hebben geen effect op de marginale productiecosten

→ Inspanningen op gebied van verkoop zijn succesvol indien ze de vraag naar het product van het bedrijf verhogen!

Reclame vergroot de vraag, maar aangezien alle ondernemingen in monopolistische concurrentie adverteren ...

Adverteren kan eveneens de meerprijs doen dalen.



In Figuur 13.7(a) werd er niet geadverteerd, is de vraag niet erg elastisch en is de meerprijs groot.

In Figuur 13.7(b) wordt de vraag elastischer door te adverteren, verhoogt de hoeveelheid en daalt de prijs en de meerprijs.

Adverteren gebruiken om de kwaliteit te signaleren

Adverteren is signalen geven:

Een signaal = een actie ondernomen door een geïnformeerd persoon of bedrijf om een boodschap mee te geven aan niet-geïnformeerde personen

Vb. Coca cola maakt reclame om mensen attent te maken op hun drankje!

Merkmamen

Bedrijven geven miljoenen uit om een imago te creëren voor een merk om informatie te geven over de kwaliteit ervan en de kwaliteitsverwachting;

Vb. In een onbekende buurt kies je sneller voor een Mc Donalds dan voor een onbekende Chinees.

Efficiëntie van adverteren en merkmamen

Reclame en merkmamen informeren de consumenten

→ De opportuniteitskost van “betere informatie” moet vergeleken worden met het voordeel voor consumenten.

13.1 Oligopolie

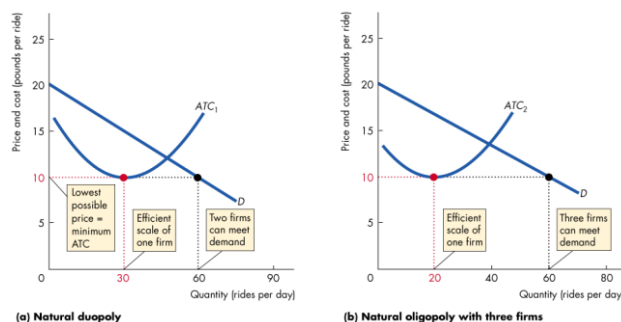
Wat is een oligopolie?

De onderscheidende kenmerken van een oligopolie zijn:

- Natuurlijke of legale barrières die nieuwe toetreding voorkomen
- Een klein aantal concurrerende bedrijven

Toetredingsbarrières

Zowel natuurlijke als wettelijke toetredingsbarrières kunnen een oligopolie creëren.



In deel (a) is er een natuurlijk **duopolie** – een markt met twee spelers.

In deel (b) wordt er een natuurlijk oligopolie weergegeven met drie spelers.

Een wettelijk oligopolie houdt in dat wettelijke toegangsbarrières een klein aantal bedrijven in een markt beschermen

Vb. taxilicenties in een stad

Klein aantal spelers

Een oligopolie omvat slechts enkele spelers daarom

- Zijn ze onderling afhankelijk: de winst hangt af van de acties van de andere spelers
- Komen ze in de verleiding om samen te werken: de spelers kunnen hun winst zo vergroten door
 - Het vormen van een **kartel** = een groep spelers die samenwerken om de output te beperken en de prijzen te verhogen en zo de winst te vergroten
 - Zich te gedragen als een monopolie

Twee traditionele oligopolie modellen

Twee traditionele oligopolie modellen:

- Geknikte vraagcurve model: Bij het geknikte vraagcurve model gelooft elke speler dat bij een prijsstijging de concurrenten niet zullen volgen in tegenstelling tot bij een prijsdaling waarbij ze wel volgen.
- Dominante spelers model: Bij een oligopolie met 1 dominante speler, is er één grote speler die een significant kostenvoordeel heeft op de vele andere kleinere concurrerende spelers.
 - De grote speler gedraagt zich als een monopolie: hij zet de eigen prijs en output om zijn winst te maximaliseren
 - De kleine speler gedragen zich als in een volkomen concurrentie: ze aanvaarden de prijs bepaalt door de overheersende speler

15 / 16 Externaliteiten en publieke goederen

Externaliteiten

Een externaliteit = het effect van productie of consumptie dat niet meegenomen wordt in de markt, het is geen onderdeel van de prijsvorming

- **Negatieve externaliteiten**
= externe kosten
= Actie van 1 partij met als resultaat kosten voor een andere partij.
vb. vervuiling van water bij productie van tandpasta
- **Positieve externaliteiten**
= externe baten
= actie van 1 partij met als resultaat een opbrengst voor een andere partij
vb. Je huis verkopen; de koper zijn overtuigd door de gezellige buurt, doordat de burens hun huis vol versieringen hangen rond de kerstperiode ...

Publieke goederen

Rivaliteit van een goed = Wanneer 2 mensen hetzelfde goed niet kunnen consumeren

Vb. Een appel eten

Maar! Een bij een schilderij is er geen rivaliteit! Je kan er met meerderen naar staren zonder dat dat de consumptie van de ander beïnvloedt!

Uitsluitbaarheid van een goed = Wanneer mensen verhinderd kunnen worden om te kunnen consumeren

Vb. Een appel moet je kopen

	Exclusief	Niet-exclusief
Rivaliteit	Private goederen (bv. kledij, speelgoed,...)	Gemeenschappelijke goederen (bv. vissen, jacht, water,...)
Geen rivaliteit	Club goederen (bv. kabeltelevisie, tolrijden)	Publieke goederen (bv. defensie)