

## Hoofdstuk 1 Marktvormen

### 1.1 Een perfecte markt

1

Voorbeeld	Welke marktvorm?
Landelijke dagbladen	Heterogeen oligopolie
Paspoort	Monopolie
Schoenen	Monopolistische concurrentie
Koffiebonen (onbewerkt)	Volkomen concurrentie
Schoolboeken	Heterogeen oligopolie
Ruwe olie	Homogeen oligopolie
IJs (consumptie)	Monopolistische concurrentie

**2 a** Vroeger was er op het spoor sprake van een monopolie.

**b** Tegenwoordig is er op het spoor sprake van heterogeen oligopolie.

**c** De Nederlandse overheid vond het een goed idee om meerdere maatschappijen op het spoor te laten rijden, omdat er dan concurrentie ontstaat. Concurrentie dwingt bedrijven tot een betere kwaliteit en betere service. Bovendien zorgt concurrentie voor lagere prijzen voor de consument.

**d** Voor het starten van een spoorwegmaatschappij bestaan hoge toetredingsdrempels, want voordat je kunt starten moet je grote investeringen doen in materieel (treinen en wagons) en kennis. De NS heeft dit al en heeft daarmee een enorme voorsprong.

**3 a** Patat is een heterogeen goed, omdat je als consument onderscheid maakt in dit product; het ene patatje vind je lekkerder dan het andere. Daarom kies je uiteindelijk voor een friettent van jouw keuze.

**b** De marktvorm waarvan hier sprake is, is: monopolistische concurrentie. Er zijn veel aanbieder die allemaal een variant op het product aanbieden.

**c** Het verband tussen marktvorm en de prijs van goederen, is dat hoe meer aanbieders er op de markt zijn, hoe meer concurrentie er is en hoe lager dus de prijs is.

**4 a** De wereldgraanmarkt lijkt op een markt voor volkomen concurrentie, omdat er veel producenten zijn. Maar graan is geen homogeen goed. Er zijn verschillende graansoorten, zoals bijvoorbeeld: tarwe, gerst, haver, rogge, maïs en spelt. Dat maakt graan heterogeen.

**b** De aandelenmarkt is ook geen markt voor volkomen concurrentie. De producten (aandelen) zijn niet hetzelfde in de ogen van de consument; aandelen zijn verschillend. Als bedrijf moet je aan strikte voorwaarden voldoen alvorens je het bedrijf 'naar de beurs' kunt brengen/ aandelen mag uitgeven. De markt is niet transparant, want vragers en aanbieders hebben geen volledig inzicht in het totale aanbod, prijs en andere voorwaarden.

**c** Door websites als marktplaats.nl en prijsvergelijk.nl zijn markten transparanter geworden, omdat je als consument een veel beter inzicht krijgt in het totale aanbod, prijs en andere voorwaarden.

**5 a** Een producent die zijn producten aanbiedt op een markt voor volkomen concurrentie is een hoeveelheidsaanpasser omdat hij geen invloed heeft op de prijs en alleen kan bepalen hoeveel hij maakt.

**b** Een reden waarom een hoeveelheidsaanpasser zijn hoeveelheid aanpast, is dat hij meer winst kan maken of een hogere omzet wil.

**c** De totale markt (alle vragers en aanbieders samen) bepaalt de prijs die de hoeveelheidsaanpasser als zijn prijs moet accepteren. Er zijn zo veel andere aanbieders dat hij als individuele aanbieder geen invloed heeft op de markt.

## 6

Kenmerken markt voor tankstations	
Veel aanbieders en vragers	Wel van toepassing Er zijn veel consumenten (autobezitters) en producenten (tankstations).
Homogene producten	Wel van toepassing Consumenten maakt het niet uit welk merk benzine ze tanken. De keuze voor een bepaald merk is vaak afhankelijk van spaarsystemen en kortingen.
Vrije toetreding	Niet van toepassing Je kunt niet zo maar een tankstation starten.
Transparante markt	Niet van toepassing Consumenten hebben geen inzicht in het totale aanbod, prijs en andere voorwaarden.
Dezelfde kosten en technologie	Wel van toepassing Tankstations zijn over het algemeen redelijk gelijk aan elkaar.
De prijs is bij elke aanbieder hetzelfde	Niet van toepassing Tankstations stunten regelmatig met prijzen.

**7 a** De lijn die de vraag weergeeft op de totale markt is de collectieve vraaglijn. De vraaglijn van alle consumenten samen. Die heeft een dalend verloop omdat consumenten meer vragen bij een lagere prijs van het product.

**b** Totale marktomzet = € 25 × 5.000.000 = € 125.000.000

**c** Als deze producent 1.200 stuks maakt dan maakt hij:  $\frac{1.200}{5.000.000} \times 100\% = 0,024\%$  van de totale productie en is ook 0,024% van de totale marktomzet.

## 8 a

Productie	GVK	GTK	GO	MK	MO	MW
500	5	25	15	5	15	10
1.000	5	15	15	5	15	10
2.000	5	10	15	5	15	10
3.000	5	8,33	15	5	15	10
4.000	5	7,5	15	5	15	10
5.000	5	7	15	5	15	10

**b** Bij 1.000 stuks. Dan is GO = GTK. De producent maakt dan geen winst of verlies.

**c** 5.000 × (€ 15 - € 5) - € 10.000 = € 40.000

**d** 5.000 × € 15 = € 75.000

## 9 a

**a**  $Q_a = Q_v$

$p - 10 = -0,5p + 10$

$1,5p = 20$

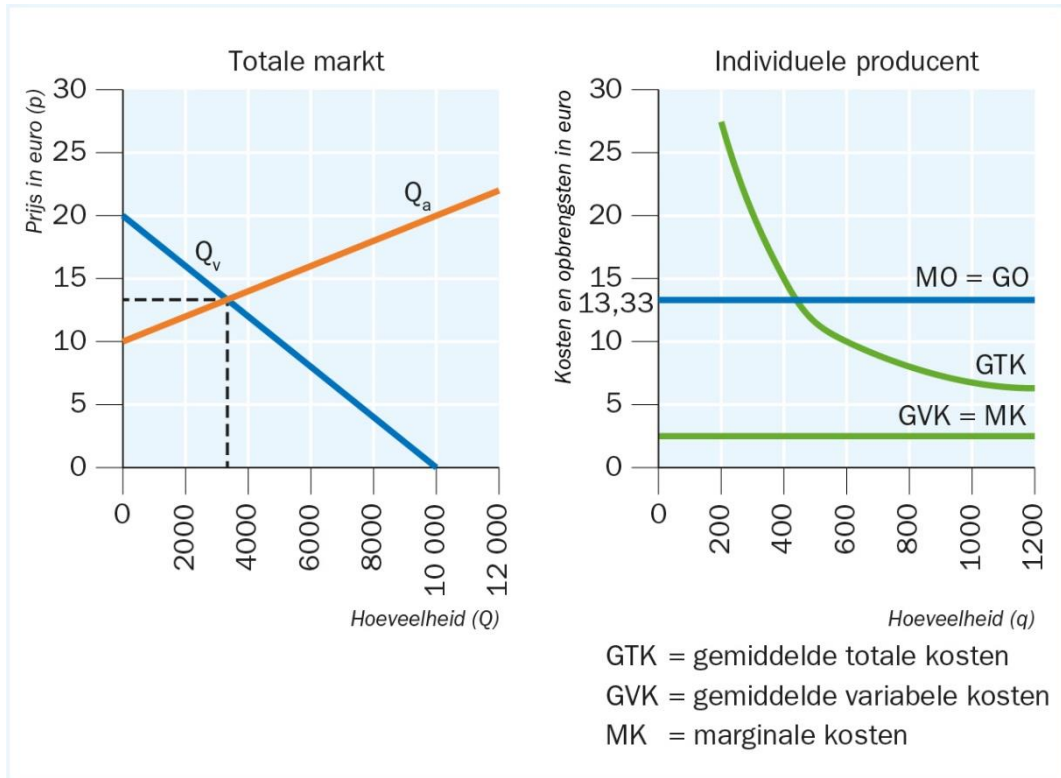
$p = \frac{20}{1,5} = € 13,33$

**b**  $Q_a = 13,33 - 10 = 3,333$ . Aanbod = 3,333 × 1000 kg = 3.333 kg

controle:  $Q_v = -0,5 \times 13,33 + 10 = 3,333$ . Vraag = 3,333 × 1000 kg = 3.333 kg

Omzet =  $p \times q = € 13,33 \times 3.333 \text{ kg} = € 44.428,89$

**c en d**



**e** Winst = 0 als GO = GTK. Die is bij een productie omvang van 450 stuks (aflezen in de rechter grafiek).

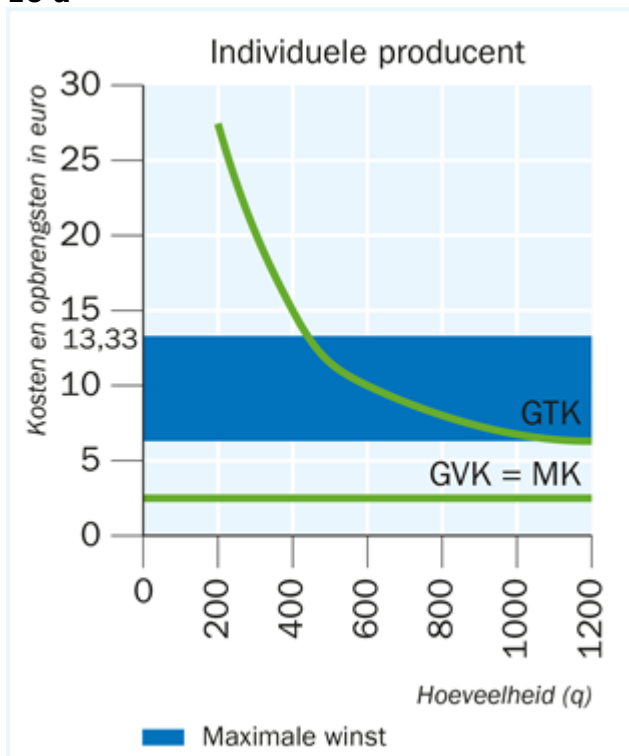
**f** De winst is maximaal als de producent het maximum aantal produceert (1200 kg).

De omzet = € 13,33 × 1200 = € 15.996

De kosten = € 6 (GTK bij 1200 kg, aflezen in de rechter grafiek) × 1200 = € 7.200

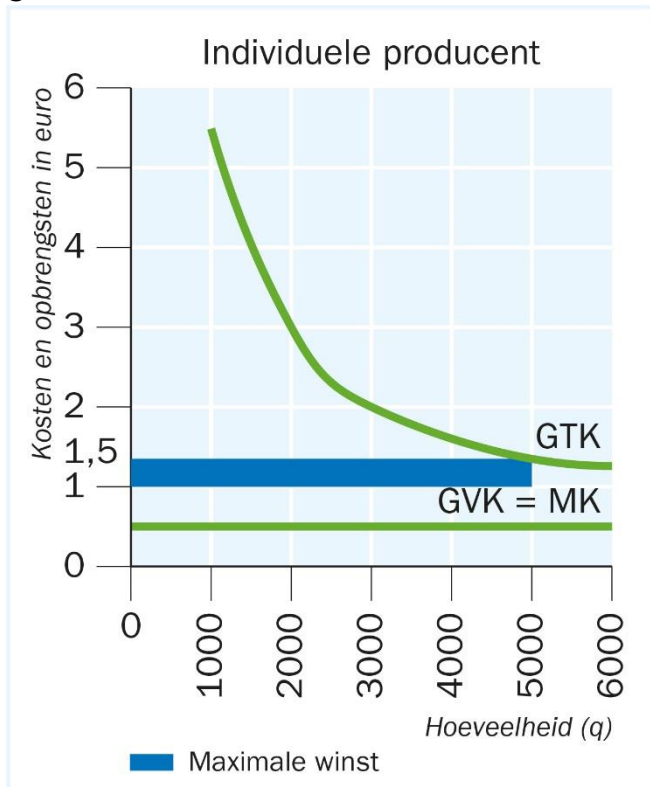
De winst is € 15.996 - € 7.200 = € 8.796

**10 a**



**b** Als de prijs op de markt daalt, daalt de winst van de ondernemer. Het verschil tussen opbrengsten en kosten per product wordt kleiner.

**c**



**d** De reden dat de ondernemer blijft doorproduceren, zelfs als de marktprijs onder de GTK komt te liggen, is dat de ondernemer op dat moment toch nog een deel van de vaste kosten kan terugverdienen. Produceert de onderneming niets meer, dan worden ook deze kosten niet terugverdiend. Pas wanneer de marktprijs onder MK komt te liggen, is het beter om niets meer te produceren.

**11 a** De marktprijs daalt als nieuwe bedrijven tot de markt toetreden. Door het toetreden van producenten, verschuift de aanbodlijn naar rechts. Het snijpunt (de evenwichtsprijs) met de vraaglijn komt dan lager te liggen.

**b** Lagere prijzen zorgen voor een dalende winstgevendheid van bestaande ondernemers, omdat bij gelijkblijvende kosten de winstmarge per product daalt. De winstmarge (1) per product was € 20 (€ 25 – € 5). De winstmarge (2) daalt naar € 10 (€ 15 – € 5)

**c** Zodra de prijs (= GO = MO) zakt tot het niveau van de GVK = MK, is de winstmarge per product = € 0. Vanaf dat prijsniveau zal toetreden tot de markt niet meer aantrekkelijk zijn.

**12 a** In de grafiek zijn twee break-even-punten te zien. Bij  $q = 10$  en  $q = 40$ . Bij deze punten is GO gelijk aan GTK.

**b** GTK is dan gelijk aan 30 eurocent.

**c** 40 eurocent – 30 eurocent = 10 eurocent (€ 0,10)

**d** De winst is maximaal bij  $MO = MK$ , dan is  $q = 30$ . De winst per stuk is € 0,10. De totale winst is dan  $30 \times € 0,10 = € 3$ .

**e** De oppervlakte van dat rode gebied is  $q \times (GO - GTK)$  dat is gelijk aan  $30 \times 0,10$

**f**  $50 \times € 0,40 = € 20$ . De opbrengst per stuk is altijd € 0,40. De omzet is maximaal als je de hele productiecapaciteit benut.

**13 a** Op een markt voor volkomen concurrentie is een ondernemer hoeveelhedaanpasser. Zijn prijs is dan altijd de marktprijs. Elke eenheid levert dan dezelfde prijs op. Elke extra verkochte eenheid heeft dan ook dezelfde opbrengsten (MO) als de prijs.

**b t/m d**

q	TK	GO	GTK	MO	MK	MW
0	20	0		-	-	-
1	30	40	30	40	10	30
2	50	40	25	40	20	20
3	100	40	33,3	40	50	-10
4	170	40	42,5	40	70	-30

Toelichting:

TK reken je uit door telkens de MK op te tellen bij de totale kosten. Dus bij

$$q = 1: 20 + 10 = 30$$

$$q = 2: 30 + 20 = 50$$

$$q = 3: 50 + 50 = 100$$

$$q = 4: 100 + 70 = 170$$

GTK reken je uit door TK te delen door q. Dus bij

$$q = 1: \frac{30}{1} = 30$$

$$q = 2: \frac{50}{2} = 25$$

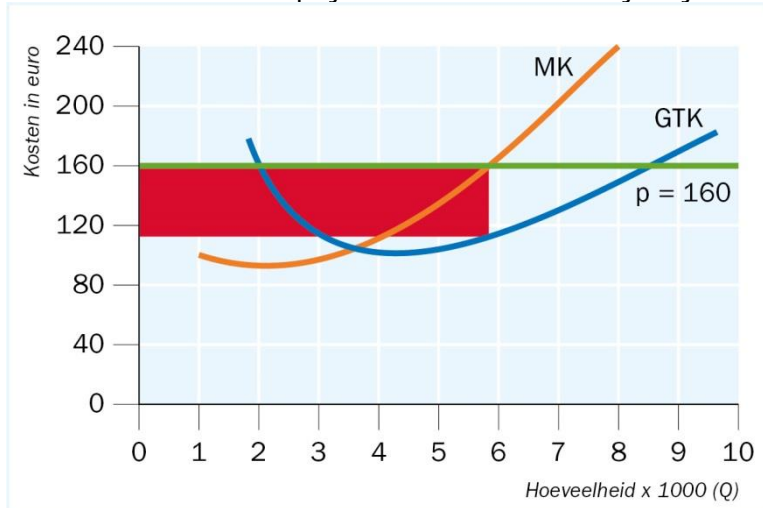
$$q = 3: \frac{100}{3} = 33,3$$

$$q = 4: \frac{170}{4} = 42,5$$

**e** De winst is maximaal bij twee eenheden. Als deze producent meer dan twee eenheden produceert wordt zijn marginale winst negatief en zal dus de totale winst gaan dalen.

**f** De gemiddelde kosten (GTK) nemen eerst af en daarna weer toe.

**14 a** De wereldmarktprijs is een horizontale lijn bij € 160. Zie tekening.



**b** Arcering van de winst: zie tekening (rode rechthoek).

**c** Deze producent maakt geen verlies bij  $GO = GTK$ . Dat is bij  $q = 2.000$  en  $q = 8.500$ .

### Integratieopdrachten

**15 a** Karakteristieken die lijken op de markt van volkomen concurrentie, zijn: veel aanbieders en veel vragers. Koffie(bonen) zijn een tamelijk homogeen product.

**b** Fair trade (eerlijke handel) is een term die met name in de westerse wereld wordt gehanteerd als beschrijving van internationale handel die gericht is op duurzame ontwikkeling in ontwikkelingslanden, met name bij de export van zulke landen naar rijkere westerse landen. Fair trade duidt op een streven om bijvoorbeeld koffieboeren, cacaoboeren of bananenboeren in Latijns-Amerika, Afrika en Zuidoost-Azië voor hun exportproducten een eerlijke prijs te

geven die in verhouding staat tot de werkelijke productiekosten, en niet een prijs die wordt bepaald door de verhoudingen op de internationale markt. Aan fair trade-producten worden daarnaast strengere milieueisen gesteld.

**c** Door fair trade veranderen de machtsverhoudingen op de markt, omdat de boeren meer macht krijgen ten koste van de koffiehandelaars

**d** Eigen mening.

**e** Met 'sterke fluctuaties in prijs', wordt bedoeld dat op het ene moment prijzen erg laag kunnen zijn en op een ander moment juist heel hoog.

**f** Fluctuerende (of schommelende) prijzen zijn het tegenovergestelde van stabiele prijzen. Fluctuaties zijn destabiliserend, omdat de prijzen zo laag kunnen worden dat boeren geen koffie meer gaan verbouwen maar andere agrarische producten. Investeringsbeslissingen zijn lastig te nemen vanwege het hoge risico als prijzen sterk kunnen schommelen.

**16 a**

$$Q_a = Q_v$$

$$20p - 100 = -10p + 200$$

$$30p = 300$$

$$p = \frac{300}{30} = \text{€ } 10$$

Controle:

$$p = 10: Q_a = 20p - 100 = 20 \times 10 - 100 = 100 \text{ (} \times 1.000 \text{ stuks)}$$

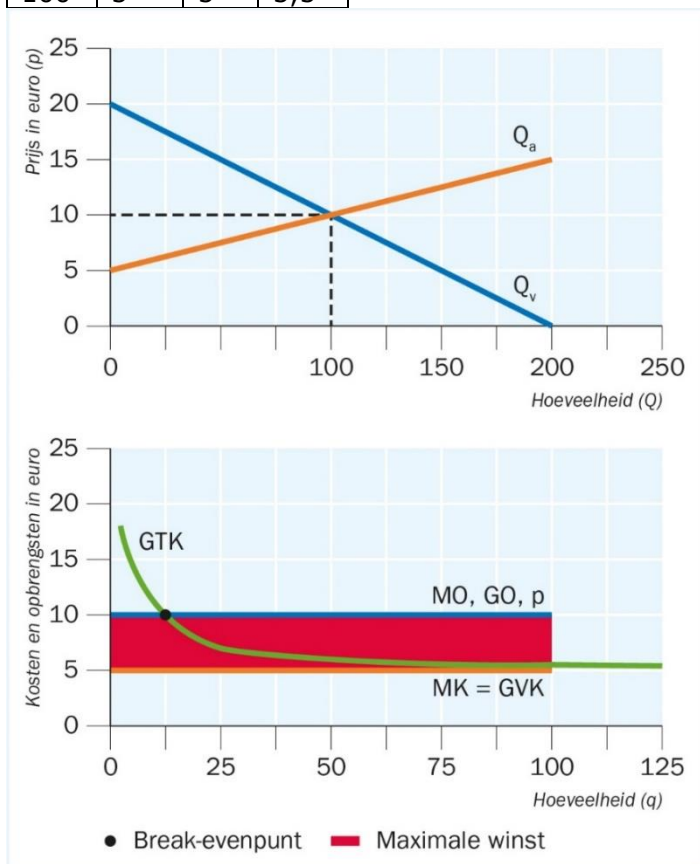
$$p = 10: Q_v = -10p + 200 = -10 \times 10 + 200 = 100 \text{ (} \times 1.000 \text{ stuks)}. \text{ Dus } Q_a = Q_v.$$

**b** Marktomzet =  $p \times q = \text{€ } 10 \times 100.000 \text{ stuks} = \text{€ } 1.000.000.$

**c** zie figuur hieronder

**d t/m g**

q	GVK	MK	GTK
12,5	5	5	9
25	5	5	7
50	5	5	6
75	5	5	5,67
100	5	5	5,5



**g** De winst is maximaal bij een hoeveelheid van 100 (x 1.000) stuks. Op elke T-shirt dat geproduceerd wordt, wordt winst gemaakt omdat  $GO > GTK$ . Dus de producent van T-shirt heeft een maximale winst bij de maximale productieomvang.

**Herhalingsopdrachten**

**1**

Op de visafslag is sprake van een...	transparante markt
Dat is een kenmerk van de marktvorm van...	volkomen concurrentie
Door het mechanisme van de veilingklok is de invloed van een individuele aanbieder...	klein

**2 a** Als door de staking de marktprijs stijgt van € 2 naar € 4, dan stijgt ook de gemiddelde en marginale opbrengst van een individuele producent. De markt bepaalt immers de GO en MO voor de individuele producent.

**b** Ja. De prijs stijgt door de staking. Producenten die geen last hebben van de staking kunnen nu meer winst maken en zullen hun aanbod vergroten.

**c** Als de staking blijft voortduren zal het aanbod van de grondstof weer toe gaan nemen, omdat de hogere prijs producenten stimuleert meer aan te gaan bieden.

**3 a** De gemiddelde variabele kosten (GVK) per eindproduct =  $(2 \times € 2) + € 0,50 = € 4,50$

**b** GVK: zie tekening. Horizontale lijn bij € 4,50

**c** GTK: zie tekening.  $GTK = GVK + GCK = € 4,50 + \frac{€ 50.000}{q}$

$q = 10.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{10.000} = € 4,50 + € 5 = € 9,50$

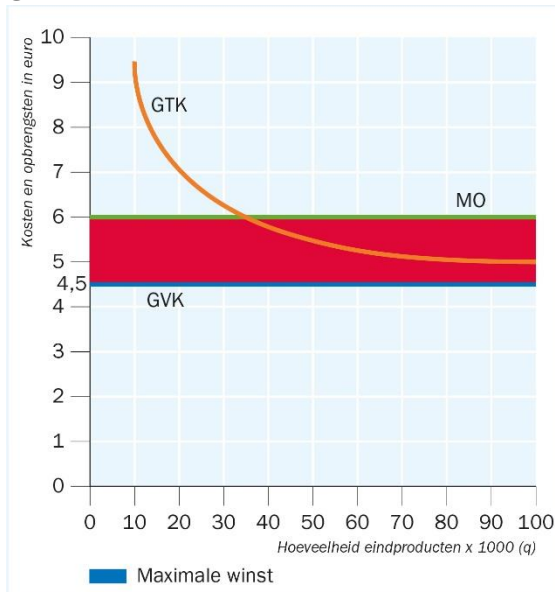
$q = 25.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{25.000} = € 4,50 + € 2 = € 6,50$

$q = 40.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{40.000} = € 4,50 + € 1 = € 5,50$

$q = 100.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{100.000} = € 4,50 + € 0,50 = € 5$

**d** MO: zie tekening. Horizontale lijn bij € 6.

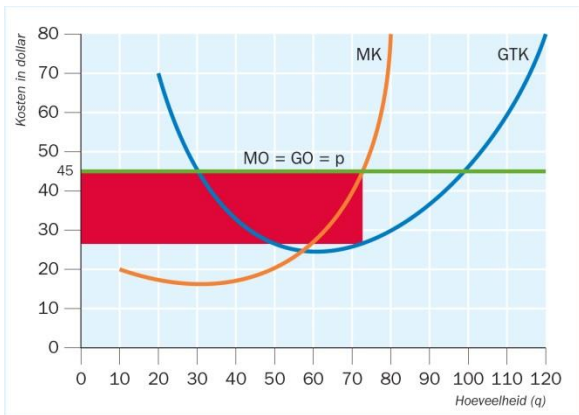
**e**



**f** Bij  $q = 100.000$ . Omdat de prijs altijd gelijk is zal de maximale omzet worden bereikt als je volledige productiecapaciteit benut.

**g** Bij  $q = 35.000$ . Bij die hoeveelheid geldt:  $GO = GTK$ .

4 a/b



c Bij  $q = 30$  en  $q = 100$

**Verrijksopdracht**

1 a t/m d Eigen antwoord



**1.2 De enige aanbieder**

**17 a** Holland Casino heeft een monopoliepositie dankzij de Wet op de Kansspelen, omdat bij wet geregeld is dat Holland Casino het enige casino in Nederland mag zijn.

**b** De overheid is ooit met Holland Casino begonnen, om te voorkomen dat gokken te veel in het illegale circuit gaat plaatsvinden. Door zelf een casino te starten is het gokken beter te reguleren. Bovendien is een casino winstgevend en zijn het extra inkomsten voor de overheid.

**c** De nieuwe Wet op Kansspelen leidt waarschijnlijk tot meer concurrentie, mits niet alle Holland Casino's door één partij gekocht worden. Als meerdere partijen de casino's overnemen kan er concurrentie ontstaan.

**18**

Bedrijf	Wel of niet monopolie?	Toelichting
Microsoft	wel	Microsoft is de eigenaar van het 'windows'-besturingssysteem. Overigens kan ook 'niet' worden beargumenteerd, de laatste jaren is Apple met IOs ook erg populair geworden.
Prorail	wel	Prorail is de enige eigenaar van de infrastructuur; de spoorlijnen zijn hun eigendom.
Waterleidingbedrijf	wel	Waterleidingbedrijf is de enige eigenaar van de infrastructuur; de waterleidingen en meters zijn hun eigendom.
Vuilnisophaaldienst	niet	Er zijn meerder vuilnisverwerkingsbedrijven waar gemeenten een keuze uit kunnen maken.

**19** Facebook is geen monopolist. Facebook is in de ogen van veel mensen uniek maar er zijn meer bedrijven die een dergelijk social platform hebben. Social media zoals bijvoorbeeld: Pinterest, Instagram, Twitter, Snapchat lijken op onderdelen steeds meer op elkaar.

**b** Ondanks het gratis aanmelden bij Facebook, verdient Facebook toch geld aan je. Reclame-inkomsten van Facebook zijn enorm.

**c** Een gevaar is dat reclame eenzijdig wordt, omdat alleen de merken die op Facebook adverteren onder je aandacht komen. Facebook kan economische of politieke keuzes van gebruikers beïnvloeden.

**20 a** De GO-lijn gelijk is aan de vraagcurve van de consumenten, omdat een GO-lijn weergeeft hoeveel bij uiteenlopende prijzen gekocht wordt. Wat er bij uiteenlopende prijzen gekocht wordt, bepaalt de consument. Daarom geldt: GO = vraagcurve van de consumenten.

**b** Als de aanbieder de winst wil maximaliseren, geldt: MO = MK

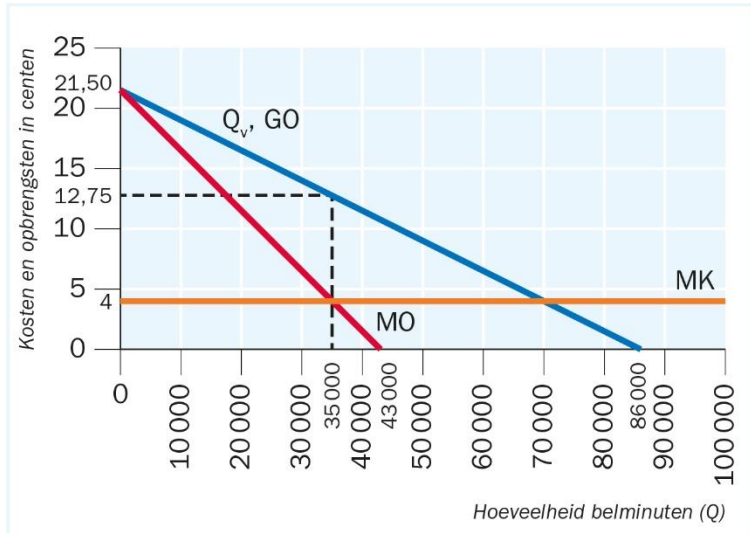
De optimale productie is dus te vinden in het snijpunt van de MO met de MK. Hier geldt:  $q^* = 4$  eenheden

**c** De prijs die op deze markt tot stand komt lees je ALTIJD af op de GO-lijn. Hier geldt bij een  $q = 4$ : GO = prijs = € 12.

**21 a** Voor het tekenen van  $Q_v = -4.000p + 86.000$  twee punten nodig:

$p = 0$ :  $Q_v = -4.000p + 86.000 = -4.000 \times 0 + 86.000 = 86.000 \Rightarrow$  punt (86.000 ; 0)

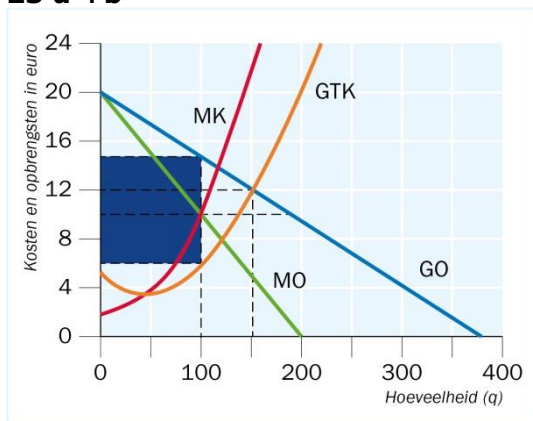
$Q_v = 0$ :  $Q_v = -4.000p + 86.000 = 0 \Rightarrow 4.000p = 86.000 \Rightarrow p = 21,50$  punt (0 ; 21,5)



- b** MO loopt twee keer zo steil als de GO. Snijpunt op prijs-as (0 ; 21,5) is gelijk. Snijpunt op hoeveelheid-as ligt op (43.000 ; 0), op de helft van de GO. Zie tekening.
- c** MK: zie tekening. MK is een horizontale lijn bij € 4.
- d** De winst van deze monopolist is maximaal als:  $MO = MK$ . Zolang  $MO > MK$  maakt de producent op een extra product nog extra winst. Zolang  $MO > MK$  gaat hij door met extra producten maken. Pas als  $MO = MK$  maakt hij op dat laatste product geen winst meer. Hij weet dat hij dan moet stoppen. Op het laatste product (bij  $MO = MK$ ) maakt hij geen winst meer maar op alle voorgaande producten heeft hij wel winst gemaakt.
- e** Een monopolist wil maximale winst:  $MO = MK$  bij 35.000 eenheden. De prijs altijd op de GO aflezen (of met de GO berekenen) .  
 $GO =$  vraaglijn van de consumenten bij  $q = 35.000 = € 12,75$   
 Deze monopolist hanteert een prijs van € 12,75
- f** De omzet is maximaal bij  $MO = 0$ . Dat is bij 43.000 eenheden.

- 22 a** De winst is maximaal bij  $MO = MK$ . Dat is bij 100 eenheden.
- b** Bij een hoeveelheid van 100 hoort een prijs € 15.
- c** Bij een hoeveelheid van 100 en een prijs van € 15 ligt de GTK-lijn onder de GO-lijn. De producent maakt dus winst.
- d** Het break-even-punt wordt bereikt bij  $GO=GTK$ . Dat is bij 150 eenheden en een prijs van € 12.

**23 a +b**



**c**  $100 \times (\text{€ } 15 - \text{€ } 6) = \text{€ } 900$

**24 a**

Afzet	GTK	TK	GO	TO	MK	MO	TO-TK
1	4	4	15	15	4	15	11
2	4	8	14	28	4	13	20
3	4	12	13	39	4	11	27
4	4	16	12	48	4	9	32
5	4	20	11	55	4	7	35
6	4	24	10	60	4	5	36
7	4	28	9	63	4	3	35
8	4	32	8	64	4	1	32
9	4	36	7	63	4	-1	27

**b** Bij  $q = 6$ . Daarbij is de winst 36 (TO-TK).

**c** Als  $MO = MK$  dan levert een extra eenheid evenveel op als hij kost. Als je nog meer produceert dan wordt MK groter dan MO (bij 7 eenheden is  $MK = 4$  en  $MO = 3$ ) en dan kost een extra eenheid meer dan hij oplevert. De totale winst zal dan afnemen.

**d** Bij  $q = 8$ . Daar is de omzet 64 (TO).

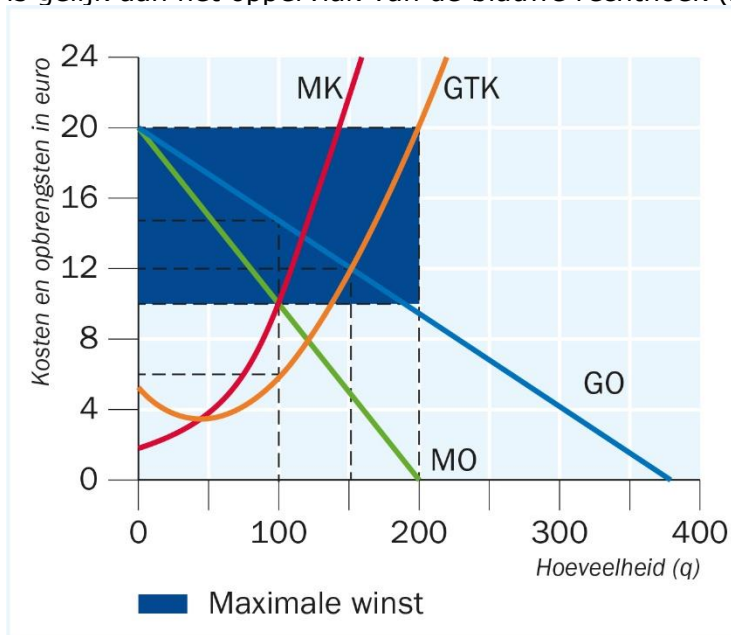
**e** Bij  $q = 9$  wordt de extra opbrengst van een verkochte eenheid negatief. Als de opbrengst van een extra verkochte eenheid (MO) nul of kleiner wordt dan neemt de TO opbrengst af.

**25 a** Nee, hier is geen sprake van proportioneel variabele kosten. Wanneer dat het geval zou zijn, zou MK een horizontale lijn zijn. Immers, bij ieder product extra zouden de kosten dan met hetzelfde bedrag toenemen. Hier zie je dat MK een stijgende lijn betreft. Er is dan sprake van progressief variabele kosten.

**b** Een monopolist die streeft naar maximale omzet, produceert meer en tegen een lagere prijs dan wanneer hij naar maximale winst zou streven. Hij bedient meer klanten tegen lagere prijzen. De reden dat een monopolist dit doet is dat potentiële concurrenten ook tegen lagere prijzen moeten aanbieden als ze op deze markt voet aan de grond willen krijgen. De monopolist maakt het op deze manier voor potentiële concurrenten lastiger om toe te treden.

**c** Bij  $MO = 0$  is de omzet maximaal. Dat is bij het snijpunt van de MO op de hoeveelheid-as. Dit is bij een hoeveelheid van 200 eenheden.

**d** Bij  $MO = 0$  (maximale omzet), geldt:  $GO < GTK$ . De producent maakt dus verlies. Het verlies is gelijk aan het oppervlak van de blauwe rechthoek (zie tekening).



## 26

Prijdiscriminatie	Deelmarkten
Korting voor kinderen bij een bezoek aan de dierentuin.	Het onderscheid tussen volwassenen en kinderen is gemakkelijk te maken. Tegenover kinderen staan altijd volwassenen die de volle prijs betalen. De goedkope entree voor de kinderen is een lokkertje.
Donald Duck abonnement of losse verkoop.	De abonnees krijgen het blad per post in de brievenbus. De losse verkoop loopt via de boekhandel/kiosk. Losse verkoop is net iets duurder dan een abonnement, dat lokt klanten om een abonnement te nemen.
Inkomensafhankelijk tarief kinderopvang.	De prijs wordt bepaald afhankelijk van het inkomen. Ouders moeten officiële inkomensgegevens overleggen alvorens ze kinderopvang kunnen regelen.
Gratis reizen met het openbaar vervoer door studenten.	Studenten krijgen (gratis) een OV kaart, andere klanten moeten voor dezelfde kaart betalen.
Laag- en hoogseizoen prijzen voor een vakantiehuisje.	Afhankelijk van de datum waarvoor je een huisje boekt betaal je een prijs. In het hoogseizoen moet het park meer voor faciliteiten zorgen. Die hogere kosten betaal je. En de hogere vraag zorgt voor hogere prijzen.

**27 a** Een algoritme is eigenlijk een oplossing in een stappenplan. Bij reclames met algoritmes wordt er gekeken op welke advertenties of artikelen jij hebt geklikt en vervolgens krijg je volgens een stappenplan nieuwe advertenties, advertenties of filmpjes voorgeschoteld.

**b** De aanbieder kan zien wanneer jij op een website hebt geklikt. Op basis van wanneer en waarop je hebt geklikt worden de prijzen bepaald. Niet iedereen betaalt dus dezelfde prijs en dat is prijdiscriminatie.

**c** Doordat de aanbieder aan verschillende consumenten verschillende prijzen kan rekenen kan hij zoveel mogelijk geld uit de markt halen. Op die manier wordt het consumentensurplus afgeroomd.

**d** Eigen mening, maar: Consumenten kunnen deze vorm van prijdiscriminatie moeilijk tegengaan, maar door voorzichtiger om te gaan met hun internetprivacy kun je het afremmen.

**28 a** Zie figuur.

**b** Zie de rode driehoek in figuur.

**c** Zie figuur.

**d** Zie de blauwe driehoek in figuur.

**e** In eerste instantie worden de spellen verkocht aan de consumenten die een betalingsbereidheid hebben van € 60. Als deze klanten het product hebben gekocht, dan wordt de prijs verlaagd en worden nu de klanten aangesproken die een lagere betalingsbereidheid hebben. Op deze manier wordt er maximaal gebruik gemaakt van de betalingsbereidheid van de verschillende groepen klanten.

Dit beeld is nog niet beschikbaar

**Integratieopdracht**

**29a** Er is sprake van een monopolie bij de verhuur van standplaatsen op de kermis van Kreims. De gemeente Kreims is de enige aanbieder van standplaatsen op de kermis.

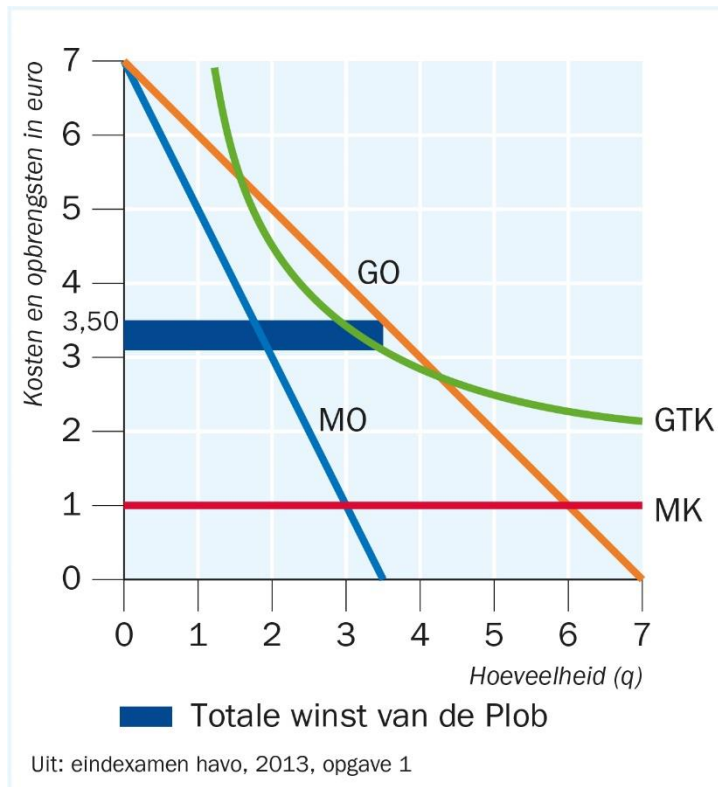
**b** Streven naar TW maximaal:  $MO = MK \Rightarrow q = 3 (\times 100) = 300$  en de  $p = € 4$  (aflezen op de GO lijn).

John heeft bij een ritprijs van € 3,50 geen maximale winst, die zou hij bij € 4 hebben.

John maakt in 2020 bij € 3,50 wel winst:

$$\begin{aligned}
 TO &= p \times q = € 3,50 \times 3,5 (\times 100) = && € 1.225 \\
 TK &= GTK \times q = € 3,00 \times 3,5 (\times 100) = && \underline{€ 1.050} \\
 TW &= GW \times q = € 0,50 \times 3,5 (\times 100) = && € 175
 \end{aligned}$$

**c**



**d** John heeft gelijk. Bij € 1,20 kan hij zijn vaste kosten niet dekken. Bij een prijs van 1,20 is  $q = 5,8$  (aflezen). Bij  $q = 5,8$  geldt  $GTK = 2,3$  (aflezen).  $GTK$  is groter dan  $GO$  dus hij maakt verlies.  $GVK = 1$  (zie  $MK$ ). Hij verdient de variabele kosten wel terug  $GO > GVK$  maar legt toe op de vaste kosten.

### Herhalingsopdrachten

**1 a** Eigen antwoord. Je zal waarschijnlijk wel moeten toegeven dat de marktmacht van Google groot is.

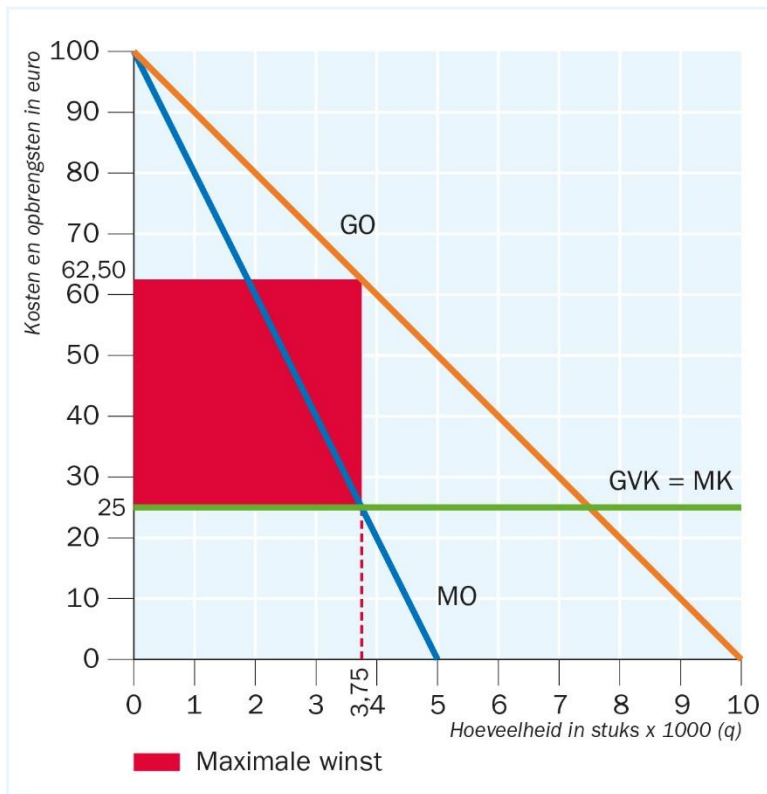
**b** Als er sprake is van een monopolie, dan is het een feitelijk monopolie. Een monopolie dat is ontstaan omdat Google door economische macht, de hele markt beheerst.

**c** De EU kan verdere fusies en overnamen die Google wil, verbieden. Als de EU het machtsmisbruik kan bewijzen, dan hangt het bedrijf een fikse boete boven het hoofd.

**2 a** TW maximaal bij  $MO = MK$ :  $q = 3,75 (\times 1.000) = 3.750$  stuks

**b** Prijs aflezen op de  $GO$ , want  $p = GO = € 62,50$

**c** Zie tekening: rode rechthoek



**3 a** Omzet maximaal bij  $MO = 0$ :  $q = 5$  ( $\times 1.000$ ). Bij 5.000 stuks in de omzet maximaal.  
**b** Omzet =  $TO = p \times q = \text{€ } 50 \times 5.000 = \text{€ } 2.500.000$   
**c** Winst bij maximale omzet:  
 $TO = p \times q = \text{€ } 50 \times 5.000 = \text{€ } 2.500.000$   
 $TK = \text{€ } 25 \times 5.000 = \text{€ } 1.250.000$   
 $TW = \text{€ } 2.500.000 - \text{€ } 1.250.000 = \text{€ } 1.250.000$ . De constante kosten zijn hier nog niet afgehaald, daarover staat niets gemeld in de opgave.

**4 a**

Afzet	GTK	TK	GO	TO	MK	MO	TO-TK
1.000	6	6.000	18	18.000	6	18	12.000
2.000	6	12.000	16	32.000	6	14	20.000
3.000	6	18.000	14	42.000	6	10	24.000
4.000	6	24.000	12	48.000	6	6	24.000
5.000	6	30.000	10	50.000	6	2	20.000
6.000	6	36.000	8	48.000	6	-2	12.000
7.000	6	42.000	6	42.000	6	-6	0
8.000	6	48.000	4	32.000	6	-10	-16.000
9.000	6	54.000	2	18.000	6	-14	-36.000

**b** De winst is maximaal bij 3.000/4.000 eenheden. De winst is dan gelijk aan 24.000 eenheden.  
**c** Bij 7.000 eenheden, de winst is dan gelijk aan 0.

**5 a**

Voorbeeld	Wel of geen prijsdiscriminatie?	Uitleg
Een museum geeft korting aan studenten en ouderen.	Wel	Marktsegmenten zijn goed te scheiden op basis van leeftijd en lagere entree lokt ouderen en jongeren die anders niet zouden komen.

Een autodealer geeft korting op een actiemodel wat slecht verkoopt.	Geen	De korting geldt voor iedereen er zijn geen verschillende marktsegmenten.
In het hoogseizoen vraagt een verhuurder van vakantiehuisjes meer huur dan in het laagseizoen.	Wel	Marktsegmenten zijn goed te scheiden op datum en lagere huur lokt klanten die anders niet zouden komen.
Vanwege de opheffing van een groot warenhuis gaan artikelen met de korting de deur uit.	Geen	De korting geldt voor iedereen er zijn geen verschillende marktsegmenten.

**b** Bijvoorbeeld door mensen die vroeg boeken een korting te geven. Of door frequente kopers een korting te geven.

**c** Niet iedereen betaalt dan dezelfde prijs. Degenen met een hogere betalingsbereid moeten dan een hogere prijs betalen, dan kopers met een lagere betalingsbereidheid. Op die manier is de opbrengst voor de producent hoog en wordt het consumentensurplus afgeroomd.

### Verrijksopdrachten

**1 a** Eigen voorbeelden.

**b** Eigen voorbeelden.

**c** Eigen antwoord. De EU kan bijvoorbeeld geen toestemming geven aan twee bedrijven om te fuseren, omdat er anders een te grote kans op een monopolie ontstaat. Of de EU kan bedrijven verplichten om bepaalde bedrijfstakken af te stoten, zodat er meer concurrentie ontstaat.

**d** Het is soms beter dat de EU dat doet, omdat er anders verschillen tussen landen ontstaat. In het ene land zouden monopolies dan bijvoorbeeld wel mogen bestaan en in andere landen niet. Bedrijven gaan zich dan vestigen in het land waar de regelgeving het meest gunstig is, waardoor het andere EU-land er alsnog last van heeft.

**e** Eigen antwoorden.

**2 a** Deze meldingen worden volgens een vaste formule aan klanten getoond.

**b** De vaste formule sluit aan bij gedrag dat de klanten laten zien. Als een klant een bepaalde keuze maakt, dan kiest het algoritme voor een bepaalde optie die daar bij hoort. Dat gaat dus stap voor stap.

**c** Bijvoorbeeld door anoniem in te loggen.

**d** Het is op de persoon toegesneden. Kopers kunnen er ook bijna niet aan ontsnappen.

**e** Ze kunnen met behulp van de algoritmes bepalen hoe vaak een klant een bepaalde advertentie aanklikt en wat de klant koopt bij hun winkel. Op die manier kunnen ze de betalingsbereidheid van de klant inschatten en de prijs bepalen die daar bij hoort.

**f** Klanten krijgen door de algoritmes aanbiedingen die specifiek bij hen passen en betalen wellicht ook minder dan als ze geen gepersonaliseerde aanbieding zouden krijgen.

### 1.3 Je onderscheiden van de concurrent

**30 a** De marktleiders onder de supermarkten, zijn: Albert Heijn en Jumbo. Zij hebben samen 55,9% van de markt in handen.

**b** Aldi en Lidl zijn twee Duitse supermarkten die door de grotere supermarkten nauwlettend in de gaten gehouden worden, omdat het in eigen land (Duitsland) hele grote supermarkten zijn. Bovendien hebben ze een ten opzichte van Nederland een afwijkend concept, dat toch klanten trekt.

**c** Manieren waarop een supermarkt zijn marktaandeel kan uitbreiden, zijn: door overnamen van andere supermarkten, fusies met andere supermarkten, veranderingen in het concept dat veel klanten aanspreekt, webshop services, bezorgservices.

**31 a** Albert Heijn is een prijzenoorlog gestart, om klanten te winnen en de concurrentie klanten af te pakken.

**b** De andere supermarkten moeten volgen, omdat ze anders klanten verliezen aan AH en omzet omlaag zien gaan.

**c** Voorbeelden van niet-prijsconcurrentie die door supermarkten gehanteerd worden, zijn: online bestellen, bezorgservices, ruimer assortiment en betere service.

#### 32 a

Bedrijfstak	Wel of geen oligopolie?	Toelichting
Horeca in jouw stad of dorp	Geen	Horeca, staat voor Hotel, Restaurant en Café. Dat zijn verschillende diensten en vormen dus geen oligopolie.
Automarkt	Wel	Autofabrikanten hebben vaak vele merken onder hun paraplu. Wereldwijd is het aantal merken groot maar niet het aantal fabrikanten.
Elektriciteitsproducenten	Wel	Op de Nederlandse energiemarkt zijn slecht enkele grote spelers op de markt.
Telecomproviders	Wel	Op de Nederlandse telecommarkt zijn slecht enkele grote spelers op de markt. KNP, Vodafone en T-Mobile, zijn de absolute hoofdrolspelers.
Effectenbeurs	Geen	Effecten zijn aandelen en obligaties. Het aantal bedrijven dat aandelen en obligaties uitgeeft is groot.
Tankstations	Wel	Het aantal benzinemerken is beperkt

**b** Ja, hier is sprake van een duopolie. Google en Facebook hebben samen het grootste deel van de markt in handen.

**c** Producenten die willen adverteren, zijn voor een groot deel afhankelijk van de beide bedrijven. Ze moeten de prijs en voorwaarden van Google en Facebook accepteren.

**d** Door de macht van Google en Facebook worden alle advertenties binnen de voorwaarden van deze bedrijven geduwd. Nadeel kan zijn dat de keuze van de consumenten hierdoor beïnvloed wordt.

**33 a** De prijsafzetlijn bij volkomen concurrentie verloopt horizontaal, omdat de individuele producent op deze markt géén invloed heeft op de prijs. De prijs bij volkomen concurrentie wordt bepaald door de markt; alle producenten en consumenten samen.

**b** De prijsafzetlijn van een monopolist is gelijk aan de marktvraag. Consumenten kunnen alleen bij de monopolist terecht. Daarom is de collectieve vraaglijn de GO-lijn van de monopolist. Bij een oligopolie is dat niet zo. De collectieve vraag wordt verdeeld over de oligopolisten. Klanten hebben dan immers alternatieven.

**c** De prijselasticiteit van de vraag is bij een oligopolie in het algemeen hoger dan bij een monopolie, omdat er dan concurrentie is. Een prijsverhoging betekent dat je klanten aan een concurrent kunt verliezen. De vraag reageert dan elastischer. Een monopolist heeft geen concurrenten, daar is de vraag inelastischer.



## 34

Bewering	Juist of onjuist?	Toelichting
Bij een oligopolie is toetreding tot de markt vaak lastig door toetredingsdrempels.	Juist	De producenten die al op deze markt opereren hebben al een groot marktaandeel en zullen er alles aan doen om toetreders buiten te houden.
Bij een oligopolie vindt concurrentie vooral plaats met behulp van prijzenoorlogen.	Onjuist	Bij een prijzenoorlog verlagen alle oligopolisten hun prijzen. Markaandelen blijven gelijk maar de gezamenlijke winst daalt. Concurrentie vindt plaats met andere marketinginstrumenten zoals bijvoorbeeld: productbeleid, promotiebeleid en plaatsbeleid.
De meeste oligopolies zijn heterogene oligopolies.	Juist	Consumenten hebben de sterke neiging om verschillen te willen zien in producten en diensten. Dat maakt de markt heterogeen.

**35 a** TW is maximaal als:  $MO = MK \Rightarrow q = 4,75$  (x miljoen m<sup>3</sup>)

**b** TO is maximaal als :  $MO = 0 \Rightarrow q = 5,2$  (x miljoen m<sup>3</sup>)

**c** De prijs daalt tot ongeveer € 3. Dit is de prijs waarbij er geen winst of verlies meer wordt gemaakt, het break even punt. Dan geldt:  $GO = GTK$ .

**d** Als er meerdere aanbieders van gas en elektriciteit op de markt komen, zal de GO-lijn van Gaselectro, minder stijf gaan lopen. De vraag wordt elastischer.

## 36

Ondernemer	Hoe past deze ondernemer productdifferentiatie toe?
Een strandtenthouder	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De kwaliteit en kenmerken van hun product. Bijvoorbeeld: Speciale bieren in het assortiment.</li> <li>- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: werken met spaaracties (spaarmunten).</li> <li>- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: Snellere service waardoor klanten minder lang op hun bestelling wachten.</li> </ul>
Verkoper van tweedehands auto's	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De kwaliteit en kenmerken van hun product. Bijvoorbeeld: Breed assortiment van dure en goedkope tweedehands auto's</li> <li>- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: gratis wasbeurt.</li> <li>- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: Een onderhoudsbeurt voor aflevering.</li> </ul>
Een klusbedrijf	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De kwaliteit en kenmerken van hun product. Bijvoorbeeld: Complete dienstverlening, alle verbouwingen.</li> <li>- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: vaste prijsopgave.</li> <li>- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: Een controlebeurt na opleveren van de klus.</li> </ul>
Een ontwerper van websites	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De kwaliteit en kenmerken van hun product. Bijvoorbeeld: Niet alleen ontwerp van de site maar ook ontwerp van nieuw logo.</li> <li>- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: Korting op een volgende website (uitbreiding).</li> <li>- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: Snellere service waardoor klanten minder lang op hun site wachten.</li> </ul>

**37**

**1** Een kartel is verboden, omdat bedrijven niet mogen samenwerken.

Onjuist. Bedrijven mogen wel samenwerken, maar mogen geen prijs- en/of productieafspraken maken waardoor de consument benadeeld wordt. Samenwerken op het vlak van bijvoorbeeld R&D is toegestaan. Kosten van research en design zijn vaak hoog, daarom werken bedrijven dan samen.

**2** Kartels zijn verboden, omdat zij concurrentie beperken, wat ten koste kan gaan van consumenten.

Juist. Dit is de kern van de Europese anti-kartelwetgeving. Er moet een eerlijke concurrentie zijn, zodat consumenten een scherpe prijs betalen.

**3** Als producten in elke winkel hetzelfde kosten, dan is er sprake van een kartel.

Onjuist. Een prijs kan door vraag en aanbod op de markt ontstaan en op de markt van volkomen concurrentie geldt dan overal die prijs.

**38 a** De aanbodcurve verloopt steil omdat de prijselasticiteit van het aanbod inelastisch is. Het aanbod reageert zwak op prijsveranderingen.

**b** De OPEC wil de aanbodlijn naar links verschuiven. Minder aanbod zorgt bij gelijkblijvende vraag voor een hogere prijs van aardolie.

**c** Als OPEC wil dat door de hogere olieprijs de totale marktomzet toeneemt, dan moet de procentuele stijging van de prijs groter zijn dan de procentuele daling van de gevraagde hoeveelheid. De vraag moet zwak reageren op een prijsstijging. De vraag is dan prijsinelastisch.

**d** De OPEC moet afspraken maken met Rusland, omdat Rusland een redelijk grote producent is van aardolie en de plannen van de OPEC (het verminderen van het aanbod) kan tegenwerken als Rusland extra olie zou gaan produceren. Als Rusland meer produceert daalt het aanbod van aardolie niet en gaat de prijs van aardolie niet omhoog.

**Integratieopdrachten**

**39 a** Er sprake is van onvolkomen concurrentie op de markt voor radioreclame, omdat het aantal grote aanbieders op de markt beperkt is. De grootste vijf hebben bijna 45% van de reclameopbrengsten. Bij volkomen concurrentie zijn er veel aanbieders.

Er is sprake van kosten voor uitzendlicenties, hetgeen wijst op beperkte toetreding.

De prijs per eenheid radioreclame verschilt, afhankelijk van het tijdstip van uitzenden, hetgeen wijst op heterogeniteit van het product.

**b** Totale omzet radioreclame in 2008 =  $\frac{0,9 \times \text{€ } 31 \text{ miljoen}}{11,4} \times 100 = \text{€ } 244.736.842$ .

**c** De winst van Radio 538 in 2008 is méér dan 40% van de behaalde omzet:

$$\frac{31 - \left(\frac{57}{8} + 0,09 \times 31 + 5,885 + 2,2\right)}{31} \times 100\% = 41,9\%$$

**d** Brüggen:

Een prijselasticiteit van  $-1,2$  duidt op een elastische vraag. Dat betekent dat een prijsverlaging zal leiden tot een relatief grotere (procentuele) afzetstijging, zodat de omzet zal toenemen. In combinatie met lagere kosten voor auteursrechten (minder muziek uitzenden) kan dat leiden tot meer winst.

**Herhalingsopdrachten**

**1 a** Luchthaven Schiphol is de grootste luchthaven in Nederland op een oligopolie. Het aantal vliegvelden in Nederland is beperkt, er zijn maar weinig aanbieders op de markt. Schiphol is wel de marktleider.

**b** Schiphol kan de prijzen die zij rekent aan vliegmaatschappijen maar zeer beperkt verhogen, omdat ze rekening moet houden met concurrerende luchthavens. Vliegmaatschappijen zouden kunnen uitwijken naar bijvoorbeeld Rotterdam.

**c** Voorbeelden van productdifferentiatie dat Schiphol kan toepassen, zijn:

- De kwaliteit en kenmerken van hun product. Bijvoorbeeld: snellere afhandeling bij inchecken

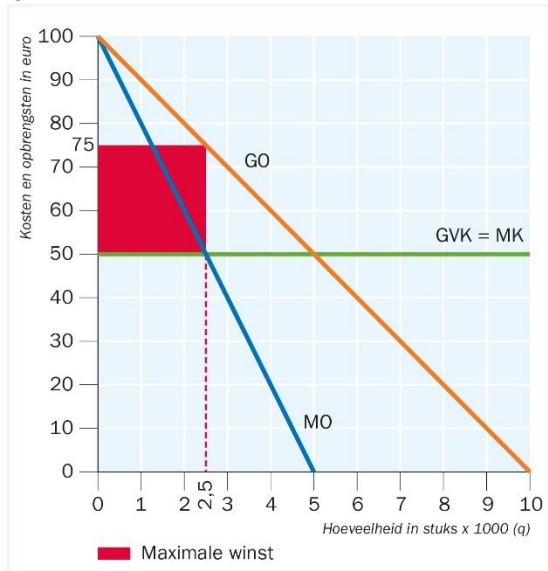
en bagage.

- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: werken met extra airmiles, gratis koffie vouchers.
- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: Snellere shuttleservice van en naar de parkeerplaatsen waardoor klanten minder tijd kwijt zijn.

**2 a** TW maximaal bij  $MO = MK$ : aflezen  $q = 2,5$  ( $\times 1.000$ ) = 2.500 stuks

Prijs aflezen op de GO, want  $p = GO = \text{€ } 75$

**b**



**c** Als deze oligopolist zijn prijs te hoog zet zal hij marktaandeel verliezen aan zijn concurrenten die de prijs niet verhogen. Klanten gaan naar de concurrentie als hij zijn prijs verhoogt en concurrenten niet.

**d** Door kartelvorming kan een oligopolist zijn marktaandeel in stand te houden. Door kartelvorming worden prijsafspraken gemaakt. Prijzen zijn voor de consument overal gelijk. Naar een concurrent gaan heeft geen zin. Er zullen dus weinig verschuivingen in de markt te verwachten zijn.

**3**

Bewering	Juist/onjuist	Toelichting
Met productdifferentiatie kunnen oligopolisten niet-prijsconcurrentiebeleid voeren.	Juist	Met productdifferentiatie kunnen ze concurreren zonder prijsaanpassingen.
Productdifferentiatie wordt niet gebruikt door oligopolisten.	Onjuist	Oligopolisten gebruiken juist productdifferentiatie om te concurreren. Prijsverlagingen hebben bij een oligopolie geen zin. Concurrenten gaan mee in de verlaging, marktaandelen veranderen niet maar de winst daalt.
Als een oligopolist extra garantie geeft, is dit een vorm van productdifferentiatie.	Juist	Dit is dienstverlening gekoppeld aan het product en dat valt onder productdifferentiatie.
Voor een oligopolist is de winst maximaal als $MO = MK$ .	Juist	Zolang $MO > MK$ maakt de producent op een extra product nog extra winst. Zolang $MO > MK$ gaat hij door met extra producten maken. Pas als $MO = MK$ maakt hij op dat laatste product geen winst meer. Hij weet dat hij dan moet stoppen. Op het laatste product (bij $MO = MK$ ) maakt hij geen winst

		meer maar op alle voorgaande producten heeft hij wel winst gemaakt.
--	--	---

**4 a** Een kartel is een door de EU verboden samenwerkingsverband met als doel de concurrentie te verminderen. De consument betaalt dan geen eerlijke prijs meer omdat er geen concurrentie is tussen bedrijven.

**b** De taak van ACM is, deze verboden kartelafspraken op te sporen en te voorkomen. Bedrijven die een kartel vormen worden beboet.

**c** De consument betaalt dan geen eerlijke prijs meer omdat er geen concurrentie is tussen bedrijven.

### Verrijksopdracht

**1 a** Ja. Een kartel is een afspraak tussen bedrijven om niet met elkaar te concurreren. Dit is verboden.

**b** Als bedrijven concurrentiegevoelige informatie uitwisselen en de markt onderling verdelen.

**c** De ACM kan boetes opleggen aan de bedrijven en of personen die aan een kartel meegewerkt hebben.

**d** Eigen antwoord/presentatie

**1.4 Veel verschillende concurrenten****40**

Bedrijf	Wel of geen monopolistische concurrentie?	Toelichting
Bakkerswinkel	Wel	Er zijn veel bakkers, maar ieder biedt een product aan dat een beetje afwijkt van de producten van concurrenten. Iedere bakker heeft zijn specialiteit.
Kledingzaak	Wel	Er zijn veel kledingwinkels, maar ieder biedt een assortiment/stijl aan die een beetje afwijkt van dat van concurrenten. Ze proberen een eigen concept te voeren.
Eurostar (treinvervoer naar Londen).	Niet	Er zijn niet veel aanbieders.
Handelaar in aandelen	Niet	Er zijn niet veel aanbieders.
Kweker van paprika's.	Niet	Er zijn veel kwekers, maar geen biedt een product aan dat echt afwijkt van de producten van concurrenten.

**41 a** Monopolistische concurrentie. Er zijn veel aanbieders, maar iedere hamburgerketen/zaak biedt een product aan dat een beetje afwijkt van de producten van concurrenten.

**b** Hier is sprake van productdifferentiatie. Hamburgerketens/zaken concurrenten met elkaar door een assortiment van verschillende soorten hamburgers. Zo proberen ze klanten te binden.

**c** De voorgestelde actie kan op maatschappelijke weerstand rekenen, omdat 'all you can eat' niet past in de maatschappelijke trend van gezond eten; minder suiker/koolhydraten en vet.

**42 a** De prijsafzetlijn bij monopolistische concurrentie verloopt anders dan bij volkomen concurrentie. Bij volkomen concurrentie heeft de producent geen invloed op de prijs waardoor de prijs voor de individuele producent een gegeven is en de prijsafzetlijn horizontaal verloopt. Bij monopolistische concurrentie heeft de producent wel invloed op de prijs. Dat maakt dat de prijsafzetlijn een schuin verloop heeft.

**b** Bij volkomen concurrentie heeft de producent geen invloed op de prijs.

Bij monopolistische concurrentie heeft de producent wel invloed op de prijs.

**c** Door prijsverlagingen kan een product op een monopolistische markt de concurrentie aangaan met andere producten en zijn marktaandeel vergroten. Met productdifferentiatie kan de producent klanten binden en zo zijn prijsafzetlijn minder prijselastisch maken.

**43 a** De GO-lijn kan naar rechts verschuiven, door een reclamecampagne of door een nieuw assortiment/concept, of een nieuw product.

**b** In een 'teruglopende markt' het lastiger is om extra omzet te realiseren dan in een 'groeïende markt', omdat dan de vraag daalt en er een (prijs)gevecht moet worden geleverd om de bestaande klanten te behouden. Bij een groeiende markt is een omzetstijging realiseren zonder prijzenoorlog gemakkelijker omdat dan de omzet op de totale markt groeit.

**c** Bovenstaande geldt ook voor een oligopolist, met dat verschil dat een oligopolist met niet-prijsmiddelen zal moeten concurreren. Prijsverlagingen bij een oligopolie werken niet omdat dan alle oligopolisten hun prijs verlagen. De marktaandelen veranderen niet. Het enige dat ze er mee bereiken is dat de winsten dalen.

**44 a** Bij biologische winkels is sprake van monopolistische concurrentie. Er zijn veel bio-winkels, maar ieder biedt een assortiment aan dat een beetje afwijkt van dat van concurrenten.

**b** Bij supermarkten is sprake van een oligopolie. Slechts een aantal grote bedrijven zoals AH en Jumbo beheersen de markt.

**c** De GO-lijn van de bio-winkels schuift naar links, door de concurrentie van de supermarkten, verliezen de bio-winkels klanten en omzet.

**d** Een reden waarom de bio-winkels omzet verliezen, is dat de supermarkten ook deze bio-producten in het assortiment hebben opgenomen. Bovendien kunnen supermarkten deze tegen scherpere prijzen inkopen waardoor ze goedkoper zijn dan bij de bio-winkels.

**45 a** Bij parfumeriezaken is sprake van monopolistische concurrentie. Er zijn veel parfumeriezaken, maar ieder biedt een assortiment dat een beetje afwijkt van dat van concurrenten.

**b** Een beginnend bedrijf moet vaak veel investeren. Dat levert grote kosten op. Het duurt vaak een tijd voordat die kosten zijn terugverdiend. Die eerste periode zal een ondernemer er dan naar streven om uit te komen op een winst van nul en de kosten terug te verdienen.

**c** De GO-lijn van Karin verschuift naar links. Karin zal bij dezelfde prijs minder verkopen. Een aantal klanten zullen niet meer bij Karin kopen maar bij een webshop.

**d** Een parfumerie heeft grote concurrentie (ook door online-winkels). Ook zullen producenten waarvan ze producten afnemen adviesprijzen hebben. Winkeliers zullen maar zeer beperkt de ruimte hebben om de prijzen van hun producten zelf te bepalen.

**46 a** Jumbo is een supermarkt die door overname van concurrenten (o.a. C1000) sterk is gegroeid en Vodafone is een telecombedrijf dat door overnamen groot geworden is.

**b** Het overnemen van een bestaand bedrijf kan ook risico 's opleveren. Een overname kost geld en misschien zoveel dat je hele financiële speelruimte op is. Je erft ongewild een aantal zaken, zoals werkwijzen, cultuur en sociale omgang en dat kan voor spanningen zorgen.

**c** Redenen waarom een bedrijf een ander bedrijf wil overnemen, zijn:

- Uitbreiding van de afzet: er zijn al klanten, leveranciers en werknemers. En je weet hoe de omzet in elkaar zit.

- Je houdt andere concurrenten op afstand; hoe groter een bedrijf is hoe lastiger een overname is.

- Door de overname verminder je de concurrentie.

**47 a** Het overnemen van een bestaand bedrijf door een oligopolist stuit bij de ACM soms op bezwaar, omdat de ACM bang is voor marktmacht / een monopolie. Dat kan er namelijk voor zorgen dat consumenten een te hoge prijs gaan betalen.

**b** In de marktvorm monopolistische concurrentie stuit een overname meestal op minder bezwaar bij de ACM, omdat dan het risico van marktmacht gering is. De kans op hogere prijzen voor de consument is klein.

**c** Bij een overname wordt bedrijf B door bedrijf A overgenomen en houdt op te bestaan. Voor de overname had je bedrijf A en B. Na de overname alleen nog maar bedrijf A.

Bij een fusie gaan bedrijven in overleg samen / met elkaar verder als fusiebedrijf. Voor de fusie had je bedrijf A en B. Na de fusie heb je bedrijf AB.

**48 a** Dit is marktvorm van oligopolie. Er zijn maar weinig postbedrijven. De kleine hoeveelheid producenten maakt het een oligopolie.

**b** Eigen mening.

**c** Een staatsbedrijf en een particulier bedrijf zouden dan samen moeten werken. Een particulier bedrijf heeft vaak een andere doelstelling (winst maken) dan een staatsbedrijf (zo goed mogelijke dienstverlening).

**Integratieopdracht**

**49 a** Vraaglijn Travel Experience:  $q_{vt} = -10p + 1.000$

$p = 0: q_{vt} = -10 \times 0 + 1.000 = 1.000 \Rightarrow$  punt (1.000 ; 0)

$q_{vt} = 0: q_{vt} = -10p + 1.000 = 0 \Rightarrow p = 1.000 \div 10 = 100 \Rightarrow$  punt (0 ; 100)

Travel Experience kan maximaal 800 klanten begeleiden: grafiek breekt af bij  $q = 800$ .

Vraaglijn Outdoor-sport:  $q_{vo} = -16p + 2.400$

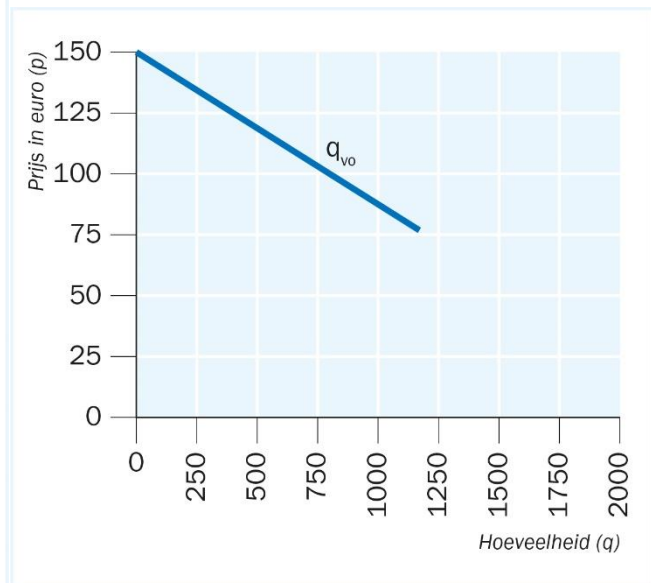
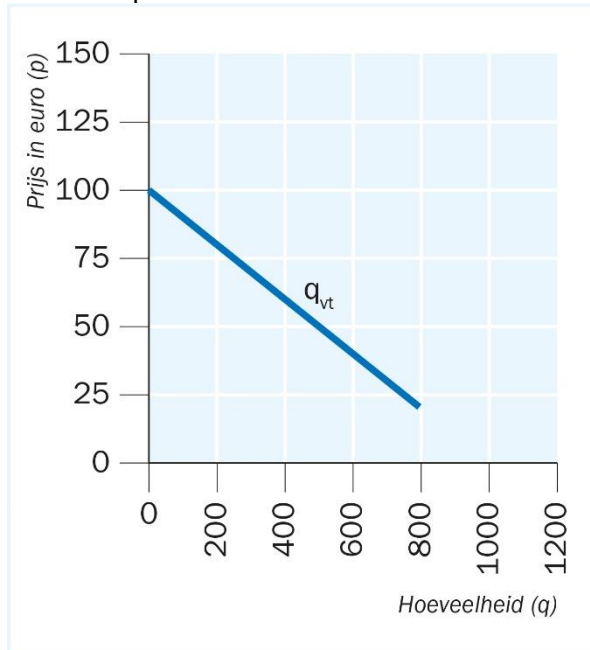
$p = 0: q_{vo} = -16 \times 0 + 2.400 = 2.400 \Rightarrow$  punt (2.400 ; 0)

$q_{vo} = 0: q_{vo} = -16p + 2.400 = 0 \Rightarrow p = 2.400 \div 16 = 150 \Rightarrow$  punt (0 ; 150)

Outdoor-sport kan maximaal 1.200 klanten begeleiden: grafiek breekt af bij  $q = 1.200$ .

Travel experience

Outdoor-sport



**b** Bij  $p = \text{€ } 40 \Rightarrow q_{vt} = -10 \times 40 + 1.000 = 600$

TO Travel Experience =  $p \times q = \text{€ } 40 \times 600 = \text{€ } 24.000$

TK Travel Experience =  $\text{TVK} + \text{TCK} = (\text{€ } 20 \times 600) + \text{€ } 4.000) = \underline{\text{€ } 16.000}$

TW Travel Experience =  $\text{€ } 8.000$

**c** Travel Experience kan maximaal 800 klanten begeleiden.

$q_{vt} = 800: q_{vt} = -10p + 1.000 = 800 \Rightarrow p = \frac{200}{10} = \text{€ } 20$

$p$  Travel experience =  $\text{€ } 20$

Outdoor-sport kan maximaal 1.200 klanten begeleiden.

$q_{vo} = 1.200: q_{vo} = -16p + 2.400 = 1.200 \Rightarrow p = \frac{1.200}{16} = \text{€ } 75$

$p$  Outdoor-sport =  $\text{€ } 75$

**d** Outdoor Sport komt in de problemen als de prijs onder de GVK komt. Als  $p < \text{€ } 25$ .

**e** Een activiteit met 500 deelnemers voor  $\text{€ } 15.000$  levert onderstaande op:

TO Travel Experience =  $\text{€ } 15.000$

TK Travel Experience =  $\text{TVK} + \text{TCK} = (\text{€ } 20 \times 500) + \frac{500}{800} \times \text{€ } 4.000) = \underline{\text{€ } 12.500}$

TW Travel Experience =  $\text{€ } 2.500$

TO Outdoor Sport =  $\text{€ } 15.000$

TK Outdoor Sport =  $\text{TVK} + \text{TCK} = (\text{€ } 25 \times 500) + \frac{500}{1.200} \times \text{€ } 6.000) = \underline{\text{€ } 15.000}$

TW Outdoor Sport =  $\text{€ } 0$

## Herhalingsopdrachten

- 1 a** Twee kenmerken van een markt met monopolistische concurrentie, zijn: veel aanbieders en heterogene goederen.
- b** Het woord 'monopolistisch' komt in het begrip voor omdat een individuele producent een van de vele producenten is maar zich uniek probeert te maken met zijn assortiment. Hij hoopt daarmee consument aan zicht te binden alsof hij een monopolie heeft.
- c** Productdifferentiatie wordt toegepast in een markt met monopolistische concurrentie. De ondernemer op de monopolistische markt moet zich onderscheiden van zijn concurrenten door net iets anders te bieden dan de concurrenten.
- 2 a** Als de concurrentie toeneemt daalt het marktaandeel van de producent. Bij dezelfde prijzen wordt minder verkocht, dus schuift de GO-lijn bij een vergroting van concurrentie naar links.
- b** Stelling 1 is onjuist. Stelling 2 is juist, stelling 3 is onjuist, stelling 4 is onjuist.
- c** Hoe meer invloed een producent heeft op de prijs hoe steiler de prijsafzetlijn loopt. Bij monopolistische concurrentie verloopt de prijsafzetlijn horizontaler omdat de producent veel concurrenten heeft en dus minder invloed op de prijs heeft. Bij een oligopolie heeft hij minder concurrenten en meer prijsinvloed. Daar loopt de GO lijn steiler.
- 3 a** Bij een overname wordt bedrijf B door bedrijf A overgenomen en houdt op te bestaan. Voor de overname had je bedrijf A en B. Na de overname alleen nog maar bedrijf A. Bij een fusie gaan bedrijven in overleg samen / met elkaar verder als fusiebedrijf. Voor de fusie had je bedrijf A en B. Na de fusie heb je bedrijf AB.
- b** Als de twee ziekenhuizen fuseren, kunnen ze kosten sparen door gemeenschappelijke investeringen. Specialisaties die nu samengevoegd worden maakt het nieuwe ziekenhuis aantrekkelijk en kan daarom rekenen op meer patiënten.
- c** Een dergelijke fusie heeft gevolgen de concurrentie. De concurrentie tussen de twee gefuseerde ziekenhuizen valt weg. Het fusieziekenhuis is groter geworden en is daarmee voor andere ziekenhuizen een concurrent.
- d** Een dergelijke fusie kan extra banen opleveren als het nieuwe ziekenhuis meer patiënten krijgt. Anderzijds zullen er ook banen overtollig worden omdat diensten samengevoegd kunnen worden.

## Verrijkingsoopdrachten

- 1 a t/m e** Eigen uitwerking



**Extra Rekenen**

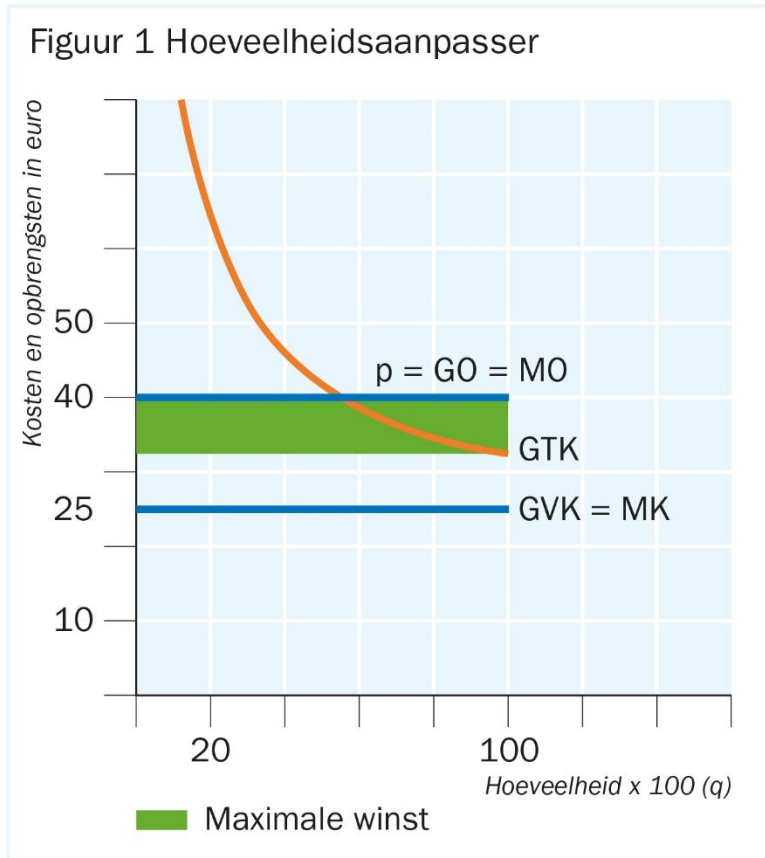
**1 a** De  $MO > MK$ . Dat wil zeggen dat deze producent op elk extra verkocht product winst maakt. Hij zal zo veel mogelijk willen maken als kan. De productiecapaciteit van deze producent is 10.000 stuks, dat is de hoeveelheid die hij als hoeveelhedaanpasser kiest.

**b** Hij haalt deze prijs bij de prijs die door de totale markt is bepaald en voor hem een gegeven is. Dat is hier € 40 per product.

**c** Break-even-punt bij  $GO = GTK$  en dat is bij ongeveer 5.500 stuks.

**d** De omzet is maximaal bij 10.000 stuks. De omzet is bij een hoeveelhedaanpasser maximaal bij de maximale productie.

**e**



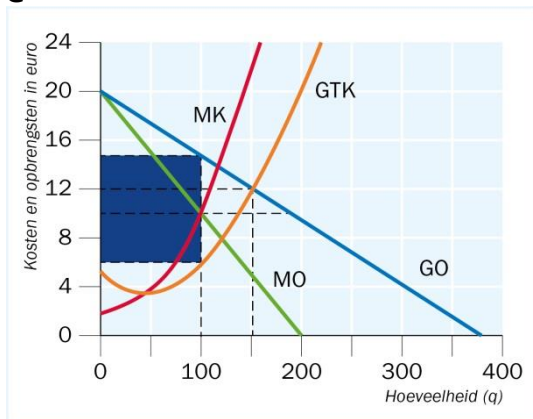
**2 a** 100 stuks ( $MO = MK$ ).

**b**  $p = 15$

**c** 150 stuks ( $GO = GTK$ ).

**d** 200 stuks, daarbij is  $MO = 0$ .

**e**



**3 a** Tekenen van de GO-lijn = vraaglijn van de monopolist:

$$p = 0 \text{ invullen: } q_v = -0,25p + 50 = -0,25 \times 0 + 50 = 50$$

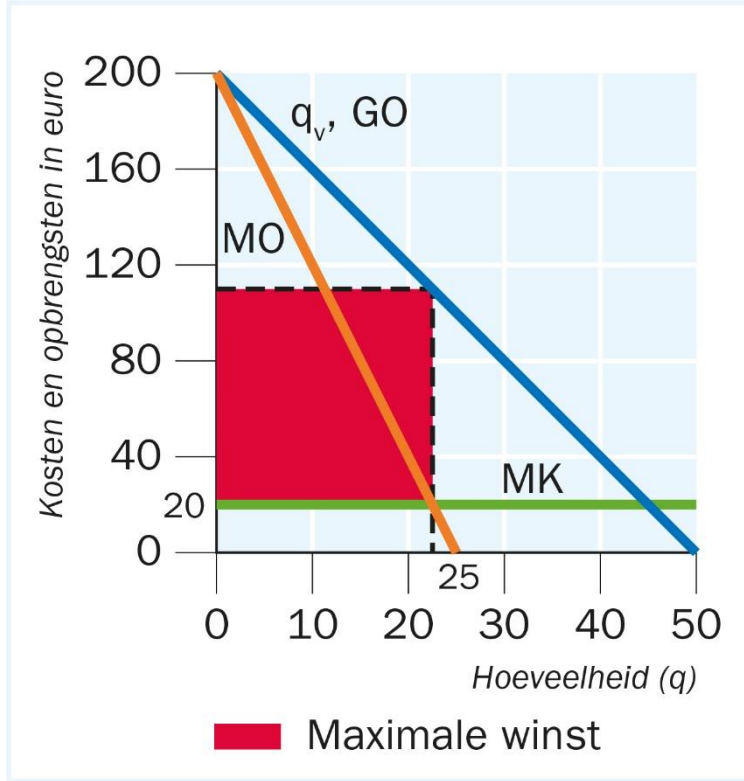
⇒ punt (50 ; 0)

$$q_v = 0 \text{ invullen: } q_v = -0,25p + 50 = 0 \Rightarrow p = \frac{50}{0,25} = 200 \Rightarrow$$

punt (0 ; 200)

**b** Tekenen van de MO-lijn: de MO loopt twee keer zo steil zodat de punten worden: (25 ; 0) en punt (0 ; 200) blijft hetzelfde.

**c** Tekenen van MK: horizontale lijn bij 20.



**d** TW max bij MO = MK. Dat is bij  $q = 22,5$

GO = p is dan € 110.

**e** TW max bij MO = MK. Dat is bij  $q = 22,5$

**f** Bij maximale omzet geldt: MO = 0. Dat is bij  $q = 25$ .

**4 a**  $Q_a = Q_v$

$$p - 5 = -0,5 p + 25$$

$$1,5p = 30$$

$$p = \frac{30}{1,5} = € 20$$

Controle:

$$p = 20: Q_a = p - 5 = 20 - 5 = 15 \text{ (} \times 10.000.000 \text{ kg)}$$

$$p = 20: Q_v = -0,5 p + 25 = -0,5 \times 20 + 25 = 15 \text{ (} \times 10.000.000 \text{ kg)}, Q_a = Q_v$$

**b** Omzet =  $p \times Q = € 20 \times 15 \text{ (} \times 10.000.000 \text{ kg)} = € 3.000 \text{ miljoen} = € 3 \text{ miljard}$

**c** De prijs die een aanbieder op deze markt zal ontvangen = de marktprijs = € 20.

Bij volkomen concurrentie bepaalt de markt de prijs, die voor de individuele producent een gegeven is.

**d** Omzet =  $p \times \Delta q = € 20 \times 1.000 \text{ kg} = € 20.000$ .

### Examenvorbereiding

Uit: havo eindexamen, 2013, 1<sup>e</sup> tijdvak, opgave 1, vraag 1-3

**1**

bij (1) monopolie

bij (2) toe

bij (3) lagere

**2**

MO = MK

MO midden is gelijk aan 1,5 bij  $Q = 1,0 \rightarrow 1.000$  broden

$$p = \frac{-1}{2.000} \times 1.000 + 2,5 = 2 \text{ (euro)}$$

**3**

$$1.200 = -2.000P + 5.400 \rightarrow P = 2,10$$

$$\text{Verschil in omzet: } (1.200 \times 2,10) - (1.000 \times 2) = 520$$

Uit: havo eindexamen, 2013, 1<sup>e</sup> tijdvak, opgave 2, vraag 6 en 7.

**6**

“Vanaf 1 april 2009 is de markt volledig vrij en heeft TNT-post (voorheen PTT Post) concurrentie van een beperkt aantal nieuwe toetreders zoals Sandd en Selekt Mail.”

**7**

Voorbeelden van een juist antwoord zijn:

- Een antwoord waaruit blijkt dat nieuwe toetreders hoge startkosten hebben en daarom tijdelijk ‘bevoordeeld’ mogen worden om de kans te krijgen rendabel te worden / break-even te realiseren.
- Een antwoord waaruit blijkt dat nieuwe toetreders, in tegenstelling tot TNT-post, nog geen infrastructuur hebben (kunnen opbouwen) voor dagelijkse postbezorging (inzameling, distributie en verspreiding) door heel Nederland.

## Hoofdstuk 2 Marktfalen

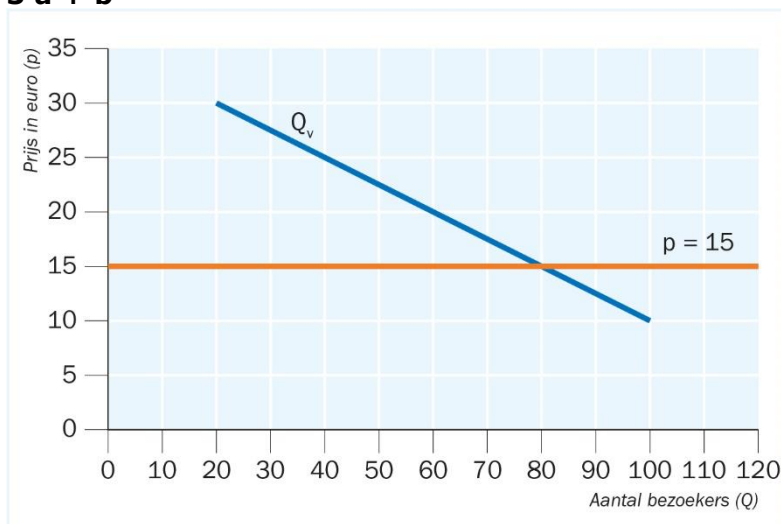
### 2.1 Consumenten- en producentensurplus

- 1 a** Het consumentensurplus van Caitlin (€ 40 – € 20) en Hilde (€ 30 – € 20) = € 30 samen.  
**b** Steven gaat mee naar het concert vanaf een prijs van € 10.  
**c** Als de prijs van de concertkaartjes € 30 wordt, dan is er sprake van een consumentensurplus bij Caitlin. De betalingsbereidheid van Caitlin is €40. Het surplus = € 10.  
**d** Eigen antwoord. Je zult merken dat je voor een band die je echt graag wilt zien meer wilt betalen dan je normaal zou doen. Dit is waarom een consumentensurplus ontstaat.

**2 a** Eigen antwoord. Je betalingsbereidheid zal mogelijk voor een weekend Rock Werchter groter zijn dan voor een enkel optreden van je favoriete band omdat je in een weekend naar meerdere bands kunt luisteren en de sfeer anders is dan bij een enkel optreden tijdens een avond.

- b** Het consumentensurplus is dan:  $2 \times (\text{€ } 250 - \text{€ } 210) = \text{€ } 80$   
**c** Het consumentensurplus is dan:  $2 \times (\text{€ } 250 - \text{€ } 200) = \text{€ } 100$   
**d** € 230 = 164%. De prijs van een weekend Pinkpop was 10 jaar geleden gelijk aan 100%. Dit is  $\frac{\text{€}230}{164} \times 100\% = \text{€ } 140, 24$   
**e** Een prijsverhoging van festivalkaartjes zorgt voor een verschuiving op de vraagcurve. De prijs van het product zelf verandert en dan krijg je een ander punt op de vraaglijn.

### 3 a + b



- c** Kleiner. Als een parkeerkaartje € 2 duurder wordt dan zijn er minder bezoekers die 17 euro of meer willen betalen. Het consumentensurplus neemt af.

- 4 a** De hotelkamer kost per persoon  $\frac{\text{€ } 380}{4} = \text{€ } 95$ .
- |                            |                  |        |
|----------------------------|------------------|--------|
| Consumentensurplus Inga    | = € 100 – € 95 = | € 5    |
| Consumentensurplus Anna    | = € 120 – € 95 = | € 25   |
| Consumentensurplus Kiandra | = € 125 – € 95 = | € 30   |
| Consumentensurplus Noëlle  | = € 140 – € 95 = | € 45 + |
| Consumentensurplus totaal  |                  | € 105  |

**b** Bewering 1: onjuist

De hotelkamer gaat € 104 per persoon kosten.

- |                            |                   |        |
|----------------------------|-------------------|--------|
| Consumentensurplus Anna    | = € 120 – € 104 = | € 16   |
| Consumentensurplus Kiandra | = € 125 – € 104 = | € 21   |
| Consumentensurplus Noëlle  | = € 140 – € 104 = | € 36 + |
| Consumentensurplus totaal  |                   | € 73   |

Het totale consumentensurplus is afgenomen.

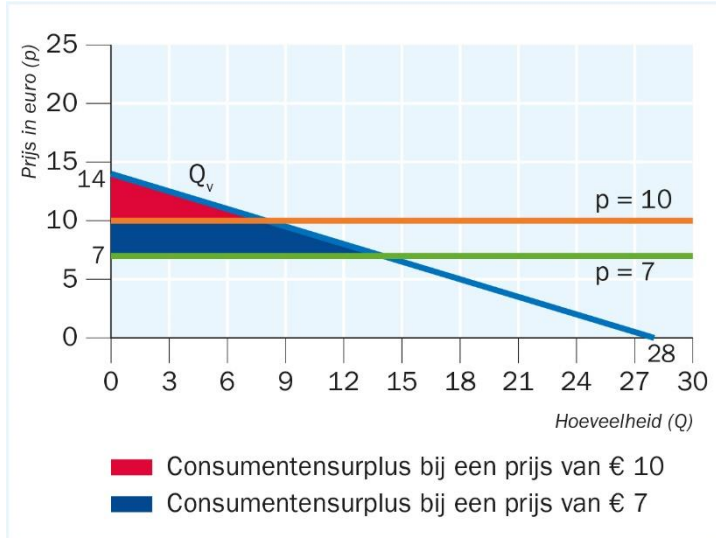
Bewering 2: juist

Alle drie zijn bereid om meer dan € 104 te betalen. Inga is te laat met boeken, waardoor zij de hogere prijs ook zal accepteren.

Bewering 3: juist

De betalingsbereidheid is het maximale bedrag dat een consument wil betalen.

### 5 a + b + c



**d** De laatste zin slaat op het feit dat kledingprijzen bij Primark extreem laag zijn. Primark koopt zelf de kleding nog goedkoper in. Je kunt je dan afvragen hoe dat kan: Lage lonen? Kinderarbeid? Slechte arbeidsomstandigheden?

**6 a** Het producentensurplus is het verschil tussen de laagste prijs waartegen de producent het product had willen verkopen en de marktprijs die hij uiteindelijk krijgt. Het producentensurplus kan gezien worden als welvaart voor de producent. De producent krijgt meer dan waarmee hij tevreden was geweest.

**b** Een beginnend webdesigner heeft een lager producentensurplus dan een ervaren webdesigner, omdat een beginnend webdesigner een lager bedrag per uur kan vragen dan een ervaren webdesigner. Een ervaren designer kan een hogere prijs per uur vragen omdat hij efficiënter werkt en een hogere kwaliteit levert. Het verschil tussen het minimale tarief en de uiteindelijke prijs is bij een beginner kleiner.

**c** Raja moet proberen haar producten voor de hoogst mogelijke prijs te verkopen. Een hogere prijs zorgt voor een stijging van het producentensurplus en hierdoor stijgt de welvaart van de aanbieders.

**7 a** Door stroomnetwerken met elkaar te koppelen kunnen landen hun overschotten leveren aan buurlanden die op dat moment tekorten hebben. Als het in Nederland hard waait produceert ons windmolenpark meer stroom dan we zelf nodig hebben. Als het in Denemarken op dat moment niet waait, kan Nederland de overtollige energie aan Denemarken leveren. Denemarken kan zijn kolencentrales minder laten produceren. Stroom wordt goedkoper geproduceerd en daar profiteert de consument weer van. Overschotten die niet aan andere landen geleverd kunnen worden zijn waardeloos. Door de overschotten te verkopen neemt de opbrengst toe en kan de prijs van stroom dalen.

**b** Het totale aanbod neemt door de koppeling van de stroomnetten toe en laat de aanbodlijn naar rechts verschuiven. Hierdoor stijgt het consumentensurplus én het producentensurplus. De totale welvaart stijgt.

**8 a** Het producentensurplus stijgt als de prijs stijgt van € 20 naar € 30, omdat dan het verschil tussen de minimale prijs die een producent accepteert en de uiteindelijke (markt)prijs met € 10 groter wordt.

**b** Een aanbodlijn verloopt stijgend, omdat bij stijgende prijzen aanbieders meer winst kunnen maken. Bij stijgende prijzen zullen meer webdesigners bereid zijn hun diensten aan te bieden.

**9 a**  $Q_a = Q_v \Rightarrow$

$20p - 50 = -5p + 200 \Rightarrow$

$25p = 250 \Rightarrow$

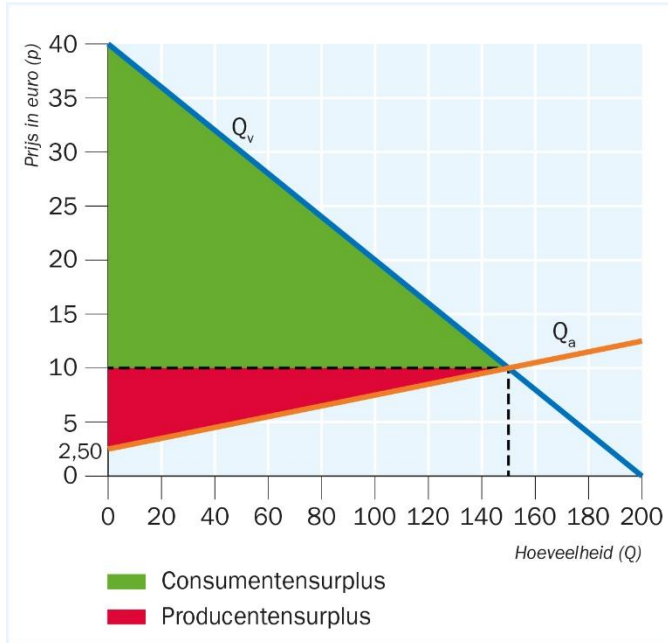
$p = \frac{250}{25} = 10$

$p = € 10$  ter controle in  $Q_v$  én  $Q_a$  invullen:

$p = 10: Q_a = 20p - 50 = 20 \times 10 - 50 = 150$

$p = 10: Q_v = -5p + 200 = -5 \times 10 + 200 = 150.$

**b + c + d**



**10 a** Marktprijs = 10. Aangeboden hoeveelheid is 150.

**b** Als de prijs daalt dan neemt het producentensurplus af, omdat dan het verschil tussen de minimale prijs die een producent accepteert en de uiteindelijke (markt)prijs kleiner wordt.

**11** 1 = doelmatigheid, 2= betalingsbereidheid, 3= hoger of gelijk, 4 = meest.

**12 a + b + c**

$Q_a = Q_v \Rightarrow 0,2p - 3 = -0,2p + 20 \Rightarrow 0,4p = 23 \Rightarrow p = \frac{23}{0,4} = 57,5$

$p = € 57,5$  ter controle in  $Q_v$  én  $Q_a$  invullen:

$p = 57,5: Q_a = 0,2p - 3 = 0,2 \times 57,5 - 3 = 8,5 (\times 1.000)$

$p = 57,5: Q_v = -0,2p + 20 = -0,2 \times 57,5 + 20 = 8,5 (\times 1.000).$

Dit beeld is nog niet beschikbaar

**13 a** Je kunt aan de hogere prijzen in de vakanties / in het hoogseizoen en de lagere prijzen in het laagseizoen zien dat deze aanbieder van vakantiebungalows prijsdiscriminatie toepast.

**b** Deze aanbieder past prijsdiscriminatie toe, omdat er twee gescheiden deelmarkten zijn (hoogseizoen en laagseizoen) met een verschillende betalingsbereidheid. Daardoor kan hij op de ene deelmarkt een hogere prijs vragen dan op de andere deelmarkt. De winst wordt door het toepassen van prijsdiscriminatie hoger.

**c** Voor de deelmarkt "vakanties/hoogseizoen" vraagt deze aanbieder gemiddeld hogere prijzen voor een vakantiebungalow.

**d** De aanbieder kan een hogere prijs vragen op deze deelmarkt, omdat de vragers dan een hogere betalingsbereidheid hebben.

**e** De aanbieder vergroot door prijsdiscriminatie zijn producentensurplus ten koste van het surplus van consumenten.

**14 a**  $Q_a = Q_v \Rightarrow 10p - 1.100 = -20p + 8.000 \Rightarrow 30p = 9.100 \Rightarrow p = \frac{9100}{30} = 303,33$

$p = \text{€ } 303,33$  ter controle in  $Q_v$  én  $Q_a$  invullen:

$p = 303,33$ :  $Q_a = 10p - 1.100 = 10 \times 303,33 - 1.100 = 193.330$

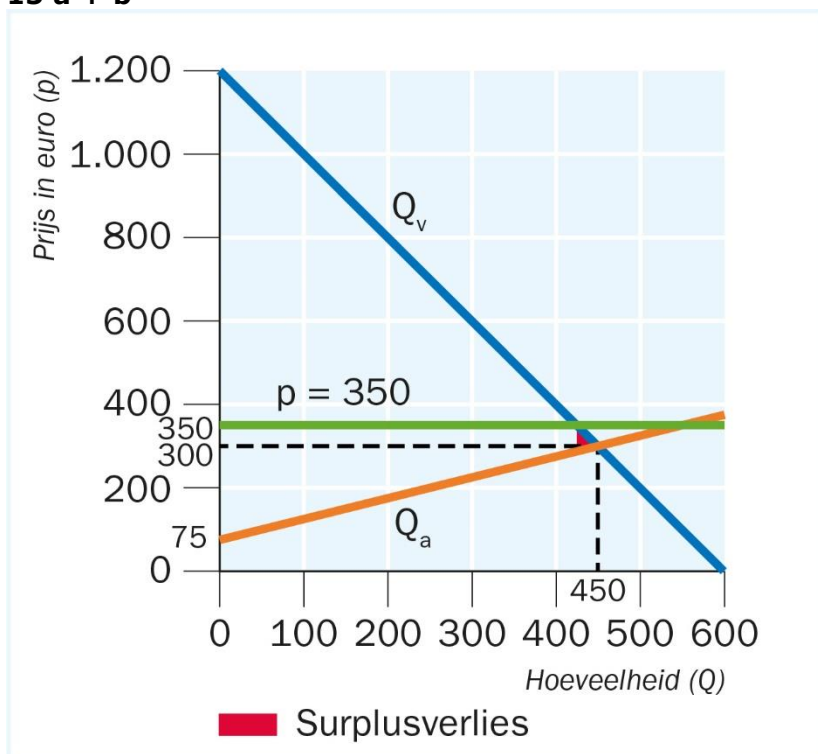
$p = 303,33$ :  $Q_v = -20p + 8.000 = -20 \times 303,33 + 8.000 = 193.330$ .

**b** Het consumentensurplus wordt kleiner. De prijs was voorheen € 300. De prijs is nu hoger geworden, waardoor het consumentensurplus is afgenomen.

**c** Opbrengst van de heffing = €  $10 \times 193.330 = \text{€ } 1.933.300$

**d** De doelmatigheid van de markt is afgenomen door de invoering van de verwijderingsbijdrage, omdat nu zowel het consumentensurplus als het producentensurplus is afgenomen. Een deel van de verwijderingsbijdrage wordt door de consument betaald, een deel door de producent. Hierdoor zijn het consumenten- en producentensurplus niet maximaal.

**15 a + b**



**c** Evenwichtsprijs en hoeveelheid in oude situatie:

$Q_a = Q_v \Rightarrow 2p - 150 = -0,5p + 600 \Rightarrow 2,5p = 750 \Rightarrow p = \frac{750}{2,5} = 300$

$p = \text{€ } 300$  ter controle in  $Q_v$  én  $Q_a$  invullen:

$p = 300$ :  $Q_a = 2p - 150 = 2 \times 300 - 150 = 450$  ( $\times 1.000$ ) tickets

$p = 300$ :  $Q_v = -0,5p + 600 = -0,5 \times 300 + 600 = 450$  ( $\times 1.000$ ).

Omzet (oud) = €  $300 \times 450.000 = \text{€ } 135.000.000$

Nieuwe omzet wordt door de vraag bepaald.  $p = \text{€ } 350$  in  $Q_v$  invullen:

$p = 350$ :  $Q_v = -0,5p + 600 = -0,5 \times 350 + 600 = 425$  ( $\times 1.000$ ).

Omzet (nieuw) = €  $350 \times 425.000 = \text{€ } 148.750.000$

**d** Zie gearceerde driehoek.

**16 a** Een monopolist kan makkelijker zijn producentensurplus vergroten dan een ondernemer die opereert in de marktvorm monopolistische concurrentie, omdat de monopolist zijn prijs volledig zelf bepaalt. Verhogen van de prijs maakt zijn producentensurplus groter. Bij monopolistische concurrenten heeft de producten slechts een geringe invloed op de prijs omdat er veel concurrenten zijn en kan daarom zijn producentensurplus nauwelijks vergroten.

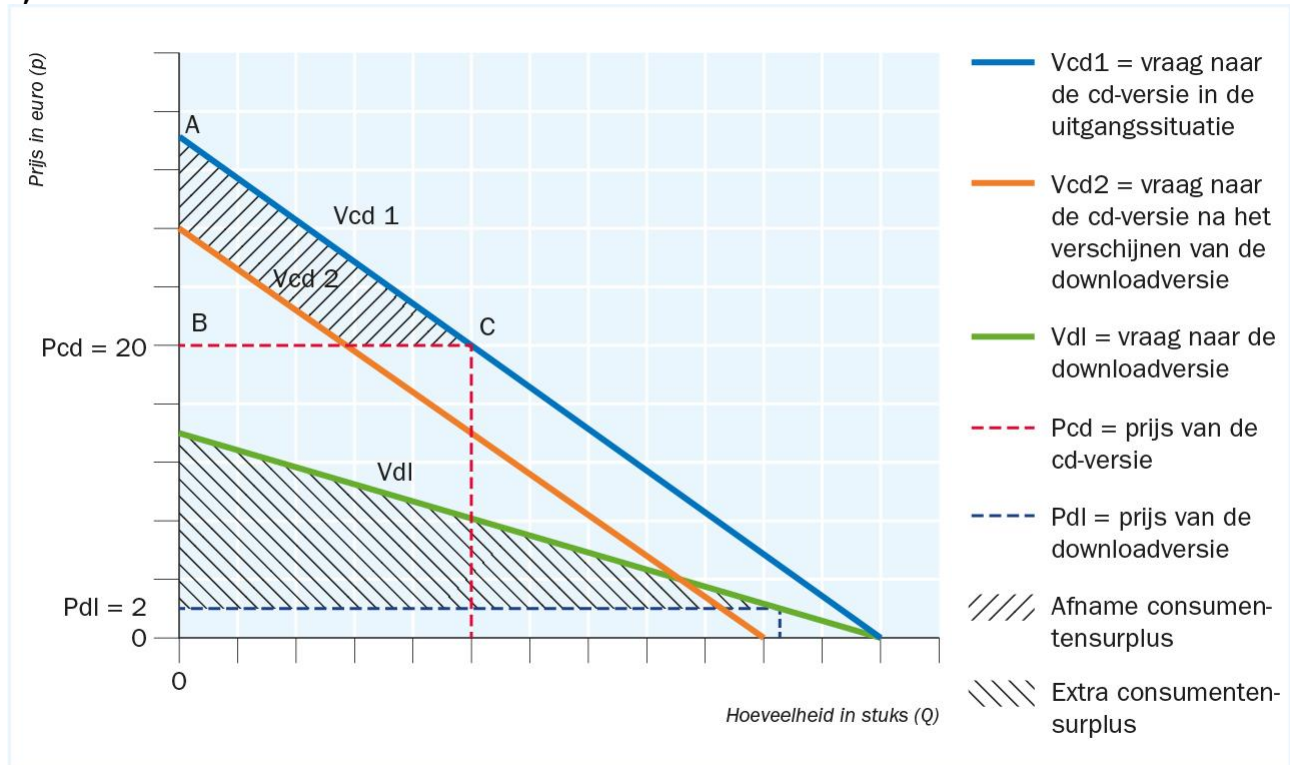
**b** De prijs van bijvoorbeeld een PlayStation is bij de introductie hoger dan een tijd daarna. De klanten met de hoogste betalingsbereidheid worden het eerst bediend. Later zakken de prijzen, het consumentensurplus wordt afgeroomd.

**Integratieopdracht**

- 17 (1) substitueerbaar voor
- (2) stijging
- (3) de gemiddelde prijs van het album daalt bij
- (4) meer prijselastisch

**b** Het gratis laten downloaden kan voor meer naamsbekendheid zorgen, hetgeen via andere kanalen (bijvoorbeeld meer en grotere concerten, vaker op de radio, merchandise, ...) tot meer inkomsten kan leiden. Nu en in de toekomst (bij een volgend platencontract).

**c, d**



**Herhalingsopdrachten**

**1 a** Het consumentensurplus is het verschil tussen het bedrag dat een vrager maximaal bereid is te betalen en de prijs die voor een product uiteindelijk wordt betaald (marktprijs).

**b 1** De marktprijs van een product daalt: consumentensurplus stijgt

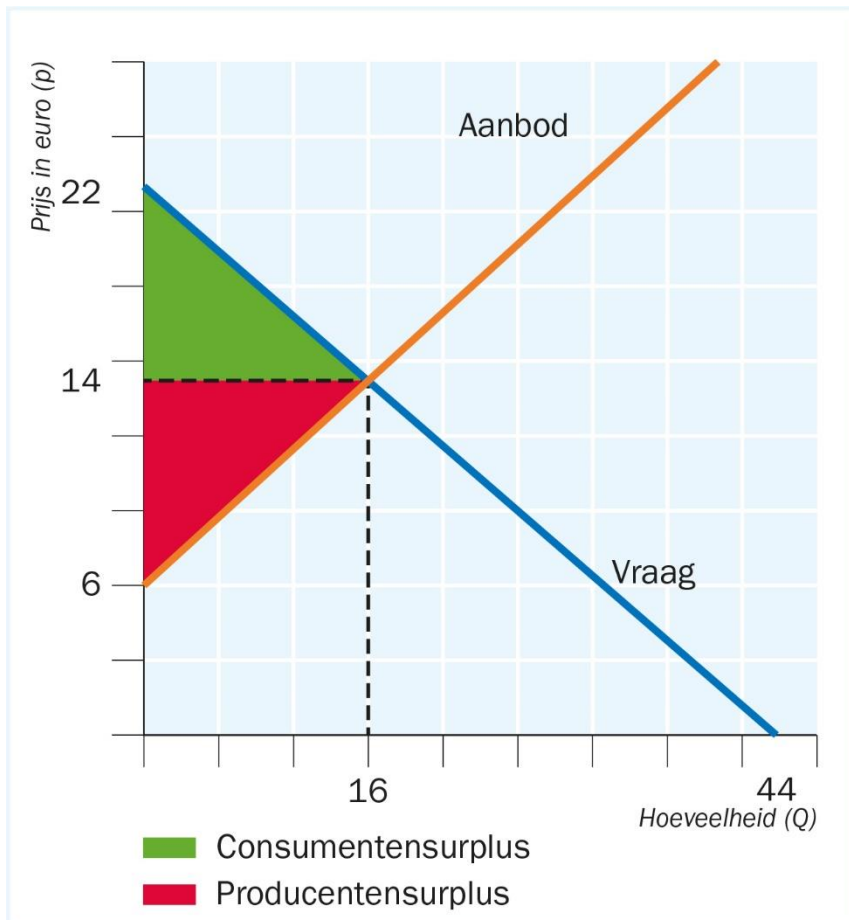
**2** De betalingsbereidheid voor een product neemt toe: consumentensurplus stijgt

**3** Door nieuwe productiemethoden schuift de aanbodlijn voor een bepaald product naar rechts: consumentensurplus stijgt.

**c** Een consument wil zijn consumentensurplus maximaliseren, omdat het consumentensurplus het verschil tussen wat hij wil betalen en wat hij betaalt. Hoe groter dit verschil hoe groter zijn voordeel. Het consumentensurplus is voordeel voor de consument.

**2 a**





**b** Als de marktprijs stijgt naar € 18 dan verandert de betalingsbereidheid niet. Er zullen door de prijsverhoging minder vragers zijn waarvan de betalingsbereidheid groter of gelijk is aan de prijs van € 18.

**c** Het consumentensurplus neemt af.

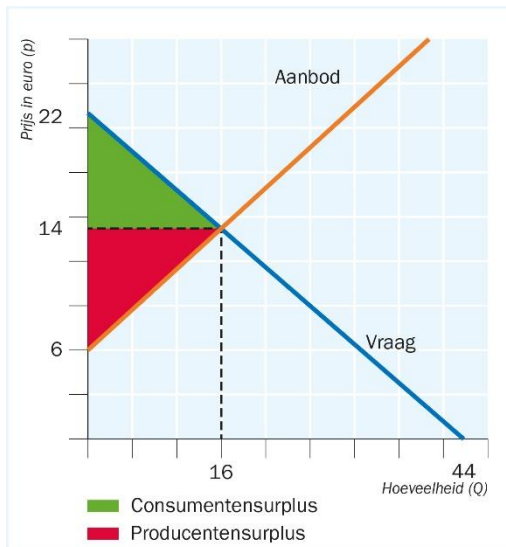
**3 a** Het producentensurplus wordt onder andere bepaald door de kosten van de producent. Als de productiekosten stijgen, schuift de aanbodlijn naar links en stijgt en stijgt de evenwichtsprijs en daalt de evenwichtshoeveelheid. De hogere prijs zorgt voor een afname van het producentensurplus.

Omgekeerd, zullen dalende productiekosten de aanbodlijn naar rechts laten schuiven en de prijs laten dalen. De lagere prijs zorgt voor een stijging van het producentensurplus.

**b** Een producent wil zijn producentensurplus maximaliseren, omdat het producentensurplus het verschil tussen wat hij ontvangt en wat hij had willen ontvangen. Hoe groter dit verschil hoe groter zijn welvaart. Het producentensurplus is welvaart voor producent.

**c** Een situatie dat een producent op korte termijn genoeg zal nemen met een lager producentensurplus, is als hij weet dat de vraag op langere termijn gaat stijgen. Door de vraagstijging gaat de prijs bij gelijkblijvend aanbod omhoog en stijgt het producentensurplus.

**4 a** Zie figuur, rode vlak.



**b** Als de variabele productiecosten stijgen, schuift de aanbodlijn naar links. De productie wordt duurder en daarom wordt er minder geproduceerd. De evenwichtsprijs zal stijgen.

**c** Een hogere prijs zorgt voor een daling van het producentensurplus. Ook het consumentensurplus neemt af. Er wordt minder verkocht tegen een hogere prijs zodat voor consumenten en producenten de welvaart afneemt.

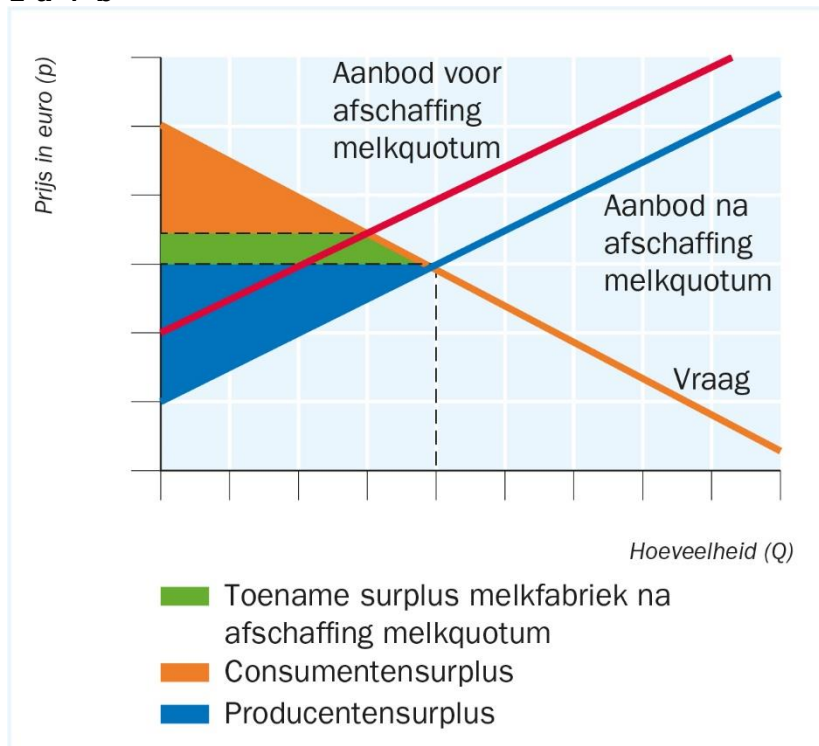
**5 a** De prijs van een 3d-printers is - door de hoger ontwikkelingskosten - bij de introductie hoger dan een tijd daarna. De klanten met de hoogste betalingsbereidheid worden het eerst bediend. Later zakken de prijzen, het consumentensurplus wordt afgeroomd.

**b** Van het consumentensurplus is door producenten optimaal is geprofiteerd, want de consumenten met hoge betalingsbereidheid hebben een 3d-printer gekocht tegen een hoge prijs. Dat heeft de producent extra omzet en winst opgeleverd.

**c** Door de massale prijsdalingen daalt het producentensurplus, omdat de marktprijs steeds verder zakt en dus steeds dichterbij de minimale prijs gaat waartegen de producent het product nog verkoopt.

**Verrijkingsopdracht**

**1 a + b**



**c** De melkfabriek is de vrager naar melk, door de afschaffing van het melkquotum kan de melkfabriek de melk goedkoper inkopen en stijgt het (consumenten)surplus van de melkfabriek.

**d** Door de afschaffing van het melkquotum heeft de supermarkt zijn surplus het meest kunnen verhogen. Dat blijkt uit de zin: 'Sinds de afschaffing van het melkquotum in het voorjaar van 2015 daalde de melkprijs bij de boer met 20 procent en die van halfvolle melk in de schappen met 7,4 procent.' De welvaart van boeren daalt met 20%, ten gunste van de consument (+7,4) en de supermarkten. De supermarkten profiteren het meeste:  $20\% - 7,4\% = +12,6\%$

**e** De afschaffing van het melkquotum heeft een verbetering van de doelmatigheid tot gevolg gehad omdat er meer melk tegen een lagere prijs geproduceerd wordt.

**2.2 De overheid grijpt in**

**18 a** Een voorbeeld van een positief extern effect van de voetbalsport, is dat sporters gezonder zijn. Bewegen is goed voor de volksgezondheid. Lid zijn van een club heeft ook een sociaal aspect waardoor mensen beter in hun vel zitten. Dat kan de maatschappij (gezondheids)kosten besparen.

**b** Voetbal kan ook negatieve externe effecten hebben, zoals blessures en overlast door supporters. Dan kost het de maatschappij geld.

**c** Externe effecten zijn vaak moeilijk meetbaar. Kijk naar bovenstaande voorbeelden: hoeveel gezonder worden mensen en welk bedrag besparen we dan in de gezondheidszorg? Die vraag is niet oplosbaar.

**19 a** Rechtspraak is een collectief goed, omdat iedereen baat heeft bij een goed functionerende rechtsstaat. Ook de burgers die er niet voor betalen kunnen van de voordelen van een rechtsstaat niet uitgesloten worden.

**b** In het parlement (Eerste en Tweede kamer) wordt besloten hoeveel geld er voor een collectief goed beschikbaar moet zijn. De regering doet een voorstel en het parlement keurt dat – eventueel met aanpassingen – goed.

**c** Als er minder geld beschikbaar is voor het ministerie van Veiligheid en Justitie, kan het

ministerie zijn taken, niet meer naar behoren vervullen. De kwaliteit van de rechtspraak neemt af. Dat is onwenselijk en dan zou je ook kunnen spreken van: 'de rechtsstaat komt in gevaar'.

**d** Hier is sprake van marktfalen, omdat de markt niet voor een goed functionerende rechtsstaat kan zorgen omdat van de voordelen van een rechtsstaat niet alleen degenen die er voor betaald hebben profiteren maar ook degenen die er niet voor betalen.

**20 a** Onderwijs is een individueel goed maar wordt door de overheid verstrekt en wordt (ver) onder de kostprijs aangeboden.

**b** Eigen mening.

**c** Kostprijs per leerling is hoger. De leerling/ouders betaalt zelf ook nog een deel van de kosten (ouderbijdrage, lesgeld).

**21 a** De toename van het percentage is  $30,9 - 20,2 = 10,7$ . Dit is  $\frac{10,7}{20,2} \times 100\% = 53\%$  hoger.

**b** Je zou aan de hand van de figuur kunnen concluderen dat het aantal rokers de komende jaren toeneemt. Het hoogste percentage rokers vind je in de twee jongste leeftijdsgroepen. Het laagste percentage rokers vind je in de oudste leeftijdsgroepen. Als je deze gegevens naar de toekomst schuif neemt het aantal rokers in de toekomst weer toe. De minst rokende groepen vallen weg en die worden aangevuld door de meest rokende groepen.

**c** Negatieve externe effecten van roken, zijn:

- Roken is slecht voor de volksgezondheid; rokers hebben vaker kans om een ernstige ziekte te ontwikkelen en in het ziekenhuis te beladen. De kosten hiervan dragen we allemaal, waardoor we allemaal last hebben van rokers.

- Roken in een omgeving met anderen kan leiden tot gezondheidsschade bij anderen. Anderen kunnen dan ook ziek worden door roken, terwijl ze zelf niet hebben gerookt.

**d** Door de hoge accijns op sigaretten probeert de overheid het gebruik van tabakswaaren te verminderen en daarmee de negatieve externe effecten van het roken te compenseren. Als prijzen stijgen, daalt de vraag.

**22 a + b** Tekening:

$$Q_a = Q_v$$

$$20p - 50 = -20p + 550$$

$$40p = 600$$

$$p = \frac{600}{40} = 15 \text{ eurocent}$$

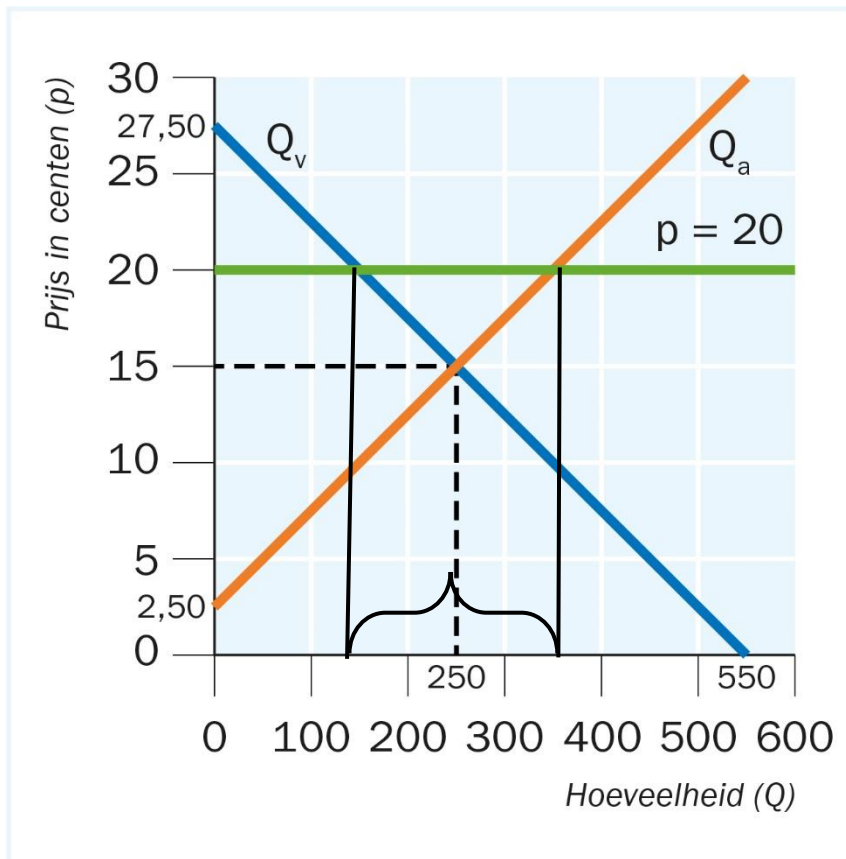
$$p = 15 \text{ invullen: } Q_v = -20p + 550 = -20 \times 15 + 550 = 250 \text{ (x 1.000) kg}$$

$$p = 15 \text{ invullen: } Q_a = 20p - 50 = 20 \times 15 - 50 = 250 \text{ (x 1.000) kg.}$$

Snijpunt van  $Q_a$  en  $Q_v$ : (250 ; 15). Door dit punt gaan beide lijnen.

Van elke lijn nog één willekeurig ander punt nodig. Bijvoorbeeld:

$$\begin{array}{llll} Q_a = 0: Q_a = 20p - 50 & \Rightarrow 20p - 50 = 0 & p = 2,5 & \text{punt (0 ; 2,5)} \\ Q_v = 0: Q_v = -20p + 550 & \Rightarrow Q_v = -20p + 550 = 0 & p = 27,50 & \text{punt (0 ; 27,50)} \end{array}$$



**c** Zie grafiek

**d** De overheid moet het aanbodoverschot opkopen (uit de markt nemen) en hiervoor 20 cent per kg betalen.

**e** Het aanbod van aardappelen moet hetzelfde zijn als het aanbod in de evenwichtssituatie. Het productiequotum moet dan 250.000 kg worden.

**23 a**  $Q_a = Q_v$

$$20p - 250 = -20p + 550$$

$$40p = 800$$

$$p = \frac{800}{40} = 20 \text{ eurocent}$$

**b** Er is bij deze prijs geen aanbodoverschot meer omdat de evenwichtsprijs gelijk is aan de minimumprijs.

**24 a** Een voordeel (voor de boeren) van het bereikte akkoord is dat ze 4 cent per liter meer voor hun melk ontvangen.

**b** Een nadeel voor consumenten is dat ze een hogere prijs voor melk moeten betalen. Het nadeel voor de overheid is dat het aanbodoverschot groter wordt; en dat de kosten van het uit de markt nemen van het aanbodoverschot voor de overheid toenemen.

**c** Door het instellen van een productiequotum kan de overheid voorkomen dat het aanbodoverschot (te) groot wordt. De overheid hoeft dan minder geld uit te geven voor het uit de markt nemen van het overschot.

**d** De boeren krijgen tijdelijk 4 cent meer voor hun melk. Ze zijn dus na december onzeker over de prijs die ze gaan krijgen. Daarom protesteren ze met wegblokkades.

**25 a**  $Q_a = Q_v$

$$\frac{1}{10} p = -\frac{1}{10} p + 200$$

$$\frac{2}{10} p = 200$$

$$p = \frac{200}{0,2} = \text{€ } 1.000$$

$$p = 1.000 \text{ invullen: } Q_v = -\frac{1}{10} p + 200 = -\frac{1}{10} \times 1.000 + 200 = 100 (\times 1.000 \text{ stuks})$$

$$p = 1.000 \text{ invullen: } Q_a = \frac{1}{10} p = \frac{1}{10} \times 1.000 = 100 (\times 1.000 \text{ stuks}). \text{ Dus } Q_a = Q_v.$$

**b** Omzet in de evenwichtssituatie =  $p \times q = \text{€ } 1.000 \times 100.000 = \text{€ } 100 \text{ miljoen}$ .

**c** Er ontstaat een vraagoverschot. De huurprijs van € 800 per woning ligt onder de evenwichtsprijs. Er worden dan meer huurwoningen gevraagd dan er worden aangeboden.

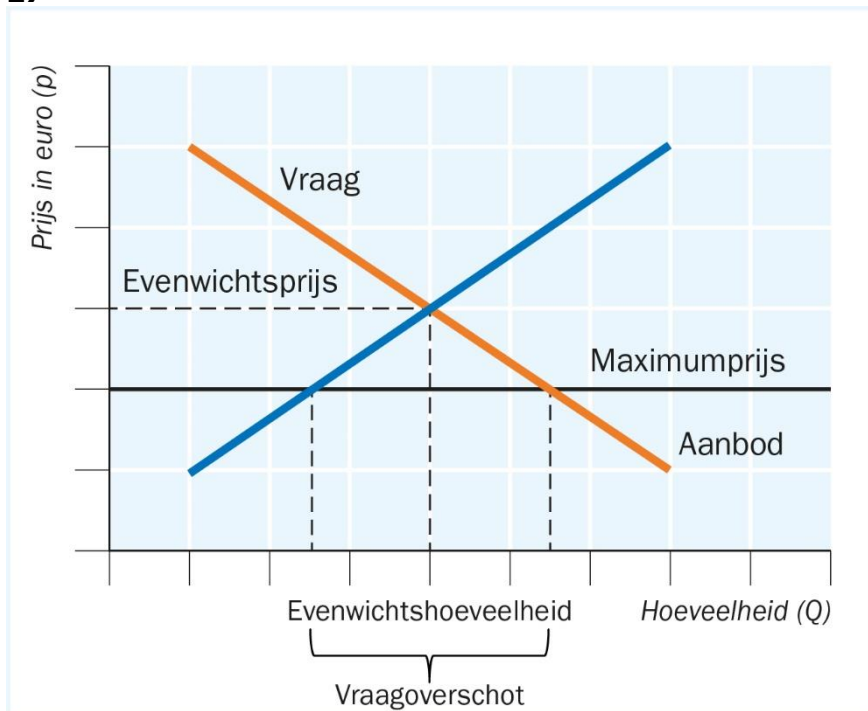
**d** De overheid moet ervoor zorgen dat het te kleine aanbod aan huurwoningen op een bepaalde manier verdeeld wordt over de vragers. Bijvoorbeeld door een wachtlijst op te stellen.

**26 a** Een maximumprijs houdt in dat het desbetreffende product niet boven deze maximumprijs mag worden verkocht. Als de evenwichtsprijs boven de maximumprijs uitkomt, geldt de maximumprijs. Als de evenwichtsprijs lager is dan de maximumprijs, geldt de lagere evenwichtsprijs. Hierdoor wordt de consument beschermd.

**b** Als de overheid een maximumprijs vaststelt moet de overheid ook een verdelingsysteem opzetten, omdat er een aanbodtekort ontstaat. Door het instellen van een maximumprijs ontstaat de situatie dat er meer vraag dan aanbod is. Dit noemen we een aanbodtekort. Het geringe aanbod moet (zo eerlijk mogelijk) worden verdeeld over de vragers. Hiervoor moet de overheid een distributiesysteem opzetten.

**c** Op de markt voor huurwoningen kun je spreken van marktfalen, omdat de markt niet perfect werkt. De overheid moet bijvoorbeeld mensen met lage inkomens tegemoetkomen door middel van huursubsidies. Huurprijzen van huizen zijn veel te hoog. Ook bij huurwoningen kun je spreken van een aanbodtekort; de vraag is groter dan het aanbod.

**27**



**28 a** Bedrijven maken kartelafspraken om de onderlinge concurrentie te beperken, en daarmee hun winsten te verhogen.

**b** Een bedrijf overtreedt de mededingingswet als het bedrijf verhindert dat andere bedrijven ook op de markt actief worden, omdat vrije toetreding mogelijk moet zijn. De ACM wil hiermee voorkomen dat er ongewenste monopolieposities ontstaan, waardoor de consument een te hoge prijs betaalt voor de desbetreffende producten.

**c** De Europese wetgeving is op dit kartel niet van toepassing, omdat het om afspraken gaat die

in Nederland spelen. Als er sprake is van afspraken die de handel tussen lidstaten kan beperken, dan kan ook de Europese Commissie boetes opleggen.

**29 a** Accountants controleren, analyseren en adviseren organisaties. Klanten van een accountantsorganisatie kunnen multinationals, mkb-bedrijven maar ook de overheid zijn.

**b** Een accountant is een vertrouwenspersoon voor het maatschappelijk verkeer. Hij geeft aan hoe betrouwbaar de jaarrekening van een bedrijf is. En of overheidsuitgaven goed verantwoord worden. Maar hij is ook de steun en toeverlaat van de ondernemer als die vragen heeft over bijvoorbeeld de financiën of de administratie.

**c** Accountants krijgen een boete als zij hun zorgplicht niet nakomen, zodat accountants de kwaliteit van hun controles hoog houden/verbeteren. Ze hebben een belangrijke functie voor de maatschappij.

### Integratieopdracht

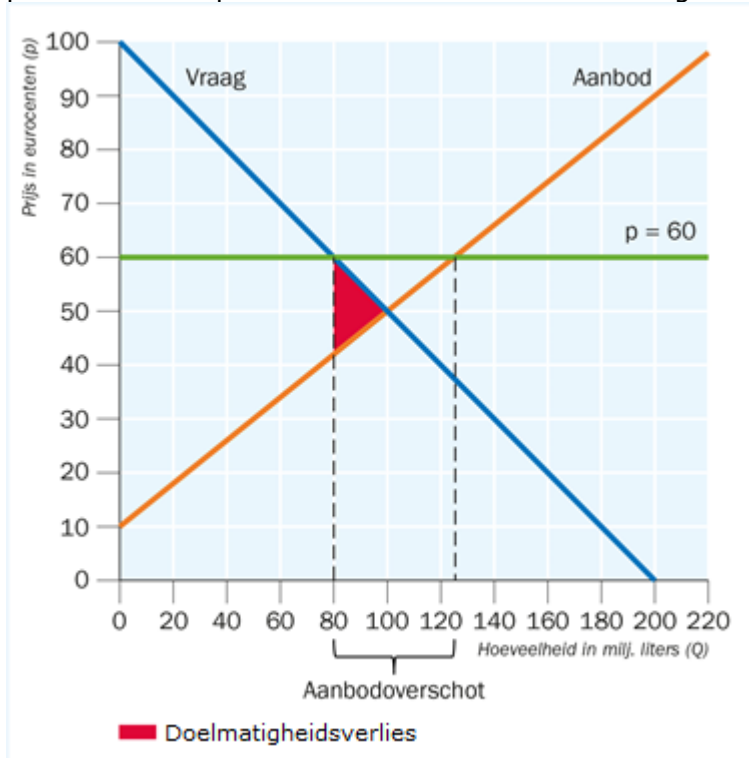
**30 a** Totale marktomzet in het evenwicht =  $p \times q = € 0,50 \times 100 \text{ miljoen} = € 50 \text{ miljoen}$ .

**b** De overheid stelt een prijs in van 60 eurocent, die is hoger dan de evenwichtsprijs van 50 eurocent. Hier is dan sprake van een minimumprijs. Onder de 60 eurocent mag het product niet worden verkocht. Hiermee wordt de producent beschermd.

**c** Zie tekening.

**d** De overheid kan het aanbodoverschot oplossen door het op te kopen.

**e** Het vaststellen van de prijs door de overheid levert minder doelmatigheid op. De consumenten kopen nu minder yoghurt tegen een hogere prijs. Het consumentensurplus daalt. Het producentensurplus stijgt omdat producenten meer kunnen produceren tegen een hogere prijs. De daling van het consumentensurplus is groter dan de stijging van het producentensurplus. Per saldo neemt de doelmatigheid af (zie rode driehoekje).

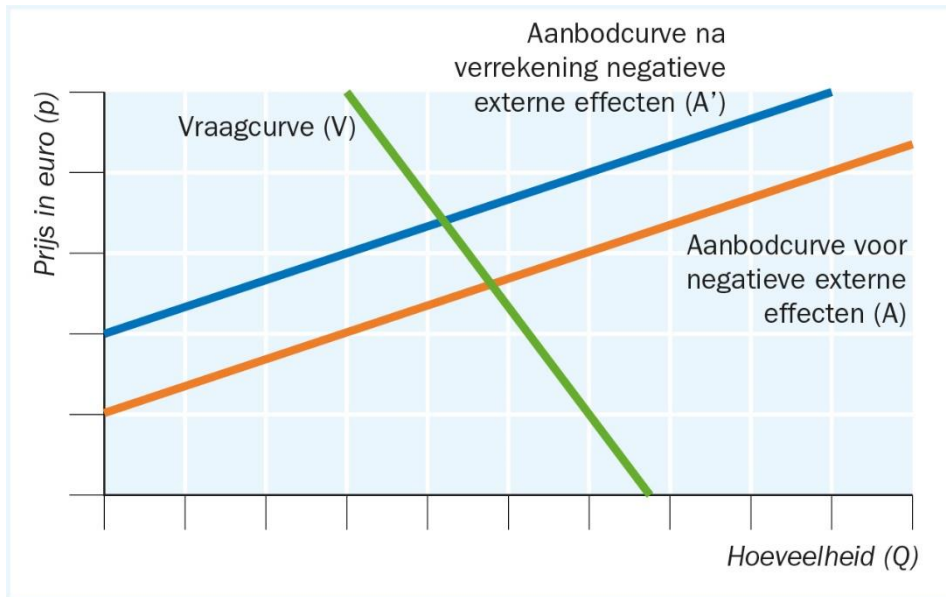


### Herhalingsopdrachten

**1 a** Een negatief extern effect van het verbruik van benzine, is milieuvervuiling. De CO<sub>2</sub> uitstoot is schadelijk voor het milieu.

**b** Door accijnsheffing per liter kan de overheid de negatieve externe effecten in de prijs van benzine verwerken. Met dat systeem betaalt de vervuiler naar rato van zijn bijdrage aan de vervuiling. Hoe meer benzine je verbruikt, hoe meer accijns je moet betalen.

**c** Als de negatieve externe effecten in de prijs verrekend worden, dan verschuift de aanbodlijn naar links. De heffing wordt de producent opgelegd. Door de heffing wordt de productie duurder voor de producent. Hierdoor daalt het aanbod en schuift de aanbodlijn naar links.



**d** De evenwichtsprijs stijgt als de negatieve externe effecten worden verrekend. Het dalend aanbod zorgt voor de prijsstijging.

**e** Op de benzinemarkt is sprake van marktfalen, omdat de negatieve externe effecten (milieuvervuiling) zonder overheidsingrijpen niet in de prijs worden opgenomen. De overheid moet om milieuredenen ingrijpen en accijns heffen. De prijs van benzine stijgt dan en daardoor daalt de gevraagde hoeveelheid benzine. Bij hoge brandstofprijzen gaan automobilisten zuiniger en/of minder rijden.

**2 a** Voordeel van het minimumloon, is: iedereen is gegarandeerd van dit loon. Een werkgever kan niet minder dan dit loon betalen.

**b** Nadeel van een minimumloon, is: er ontstaat een arbeidsoverschot. Het minimumloon is hoger dan het evenwichtsloon, daardoor is het aanbod van arbeid(ers) groter dan de vraag naar arbeid(ers). Werkloosheid is het gevolg.

**c** Zie tekening.

**d** Een overschot op de arbeidsmarkt betekent dat er veel werklozen zijn en dat lonen zullen dalen.

Deze afbeelding is nog niet beschikbaar.

**3 a** Een maximumprijs ligt onder de evenwichtsprijs omdat de evenwichtsprijs te hoog is. De prijs van een product of dienst mag maximaal de maximumprijs zijn, en niet daarboven. Een maximumprijs ligt altijd onder de evenwichtsprijs.

**b** Met een maximumprijs worden de consumenten beschermd. De prijs ligt over de evenwichtsprijs die op de markt wordt bepaald. Deze prijs is volgens de overheid te hoog, waardoor er een lagere maximumprijs geldt.

**c** Ja, dit is hetzelfde. Een aanbodtekort wil zeggen dat het aanbod kleiner is dan de vraag naar het product of de dienst. Je kunt ook zeggen dat er teveel vraag naar het product of dienst is, een vraagoverschot.

**4**

Situatie	Overtreding: ja/nee	Toelichting
Een bedrijf in Groningen spreekt met de concurrent in Eindhoven af de markt te verdelen in twee regio's en elkaar op deze	Ja	Dit is kartelvorming; rayonkartel. Onderlinge concurrentie wordt vermeden.



markt niet voor de voeten te lopen.		
Melkfabriek Campina besluit om aan de melkveehouders een hogere prijs voor melk te betalen.	Nee	Dit is geen kartelvoming. Het zijn afspraken tussen afnemer en leverancier.
Twee grote keukenproducenten spreken af om voortaan geen kortingen op keukens meer te geven.	Ja	Dit zijn prijsafspraken tussen concurrenten en verminderen de concurrentie; prijskartel.
Verzekeringsmaatschappij Garantiepolis besluit om de premies voor het verzekeren van een fiets alleen in Utrecht te verhogen.	Nee	Dit is geen kartelvoming. Het zijn afspraken tussen verzekeringsmaatschappij en verzekerden, niet tussen concurrenten.
De drie grootste uitgevers van dagbladen besluiten om de hogere inkoopprijs voor krantenpapier per 1 januari 2020 door te bereken in de prijs van een abonnement.	Ja	Dit is kartelvoming als ze dit onderling afspreken. Ze voorkomen dan concurrentie; prijskartel.

### Verrijksopdracht

**1 a, b** Eigen onderzoek

**c** Mensen die een universitaire of HBO-opleiding gevolgd hebben kunnen bijvoorbeeld ingewikkelder vrijwilligerswerk doen (bestuursfunctie in een sportvereniging). Een sportvereniging heeft hier voordeel van zonder dat ze aan de opleiding van deze vrijwilliger mee betaald hebben. Mensen met een universitaire of HBO-opleiding leven vaak gezonder en doen daardoor minder een beroep op gezondheidszorg. Hierdoor worden de kosten van de gezondheidszorg voor iedereen lager.

**d** De overheid zou (nog meer) subsidie aan universiteiten of hogescholen kunnen geven zodat de kosten van een opleiding voor studenten lager worden (collegegeld verlagen).

## 2.3 De overheid stuurt

**31 a** Percentage accijns en heffingen =  $\frac{€ 0,774}{€ 1,621} \times 100\% = 47,75\%$

**b** Percentage dat aan btw =  $\frac{€ 0,281}{€ 1,621} \times 100\% = 17,33\%$

**c** Het gegeven btw bedrag is 'als aandeel van de totale pompprijs'. De pompprijs is inclusief 21%. Dus  $€ 1,621 = 121\% \Rightarrow 1\% = \frac{€ 1,621}{121} \Rightarrow 21\% = \frac{€ 1,621}{121} \times 21 = € 0,281$

**32 a**  $p_1$  = de nieuwe consumentenprijs na accijnsheffing.

$p_s$  = de nieuwe consumenten prijs na accijns minus de accijns =  $p_1 - \text{accijns}$

**b** Het verschil tussen  $Q_1$  en  $Q_e$  is de daling van de verkochte hoeveelheid als gevolg van de accijnsheffing.

**c** De rode driehoek geeft de totale daling van de doelmatigheid weer als gevolg van de accijnsheffing.

**33 a** Door de heffing van accijns wordt vlees duurder. Consumenten zullen minder vlees (kunnen) kopen.

**b** Het bedrag dat de overheid ontvangt zal toenemen. Het percentage van 9% wordt na de prijsverhoging over een hoger bedrag berekend.

**c** Het bedrag aan accijns dat de overheid per kg ontvangt zal gelijk blijven omdat de accijnzen uit een vast bedrag per eenheid bestaan.

**34 a** Een subsidie verstrekken kost heel veel geld en het leidt niet altijd tot het gewenste effect. In dit geval neemt het energieverbruik niet af. Wat wel de bedoeling was van de subsidie.

**b** Politici sturen liever met subsidies dan met heffingen, dat is populair bij de kiezer. Kiezers zullen dan eerder stemmen op je.

**c** Een betere maatregel bedenken om woningen te verduurzamen, is in ieder geval bouwbesluiten voor nieuwe woningen aan te scherpen: "Nul op de meter". Nieuwe huizen zo bouwen dat ze energie neutraal worden. Een andere maatregel zou kunnen zijn belasting heffen op huizen met een slecht energielabel, om zo de bewoners te stimuleren het huis te isoleren.

**35 a**  $Q_a = Q_v \Rightarrow 4p - 5.000 = -p + 3.000 \Rightarrow 5p = 8.000 \Rightarrow p = \frac{8.000}{5} = € 1.600$

$p = 1.600$  invullen:  $Q_a = 4p - 5.000 = 4 \times 1.600 - 5.000 = 1.400$  ( $\times 1000$ ) stuks.

$p = 1.600$  invullen:  $Q_v = -p + 3.000 = -1.600 + 3.000 = 1.400$  ( $\times 1000$ ) stuks.

Door dit (snij)punt gaan beide lijnen: punt (1.400.000 ; 1.600)

$Q_a = 0$  invullen:  $Q_a = 4p - 5000 = 0 \Rightarrow p = 1.250 \Rightarrow$  punt: (0 ; 1.250)

$Q_v = 0$  invullen:  $Q_v = -p + 3000 = 0 \Rightarrow p = 3.000 \Rightarrow$  punt: (0 ; 3.000)

Deze grafiek is nog niet beschikbaar.

**b** Zie hierboven:  $p = € 1.600$  en  $q = 1.400.000$  stuks

**c** Zie tekening.

**d** Zie tekening. De overheid betaalt de oppervlakte van de rechthoek.

**36 a** Als de overheid subsidie geeft, dan verschuift de aanbodlijn van elektrische oplaadpunten naar rechts. Er komt meer aanbod door de subsidie.

**b** De overheid verstoort de markt door het geven subsidies, omdat er dan een andere prijs tot stand komt dan de evenwichtsprijs die bij pure marktwerking zou ontstaan. De vraag op de markt wordt door een ingreep van de overheid hoger.

**c** De overheid kiest voor deze marktverstoring, omdat de overheid verbetering van het milieu als doel heeft. Meer elektrische auto's zorgen voor minder CO<sub>2</sub>-uitstoot. Door meer laadpunten te maken vergroot je de kans dat steeds meer automobilisten voor een elektrische auto kiezen in plaats van een benzine- of dieselauto.

**37 a** Een reden waarom je een octrooi zou aanvragen, is dat je mogelijk veel geld en tijd

gestoken hebt in een innovatief en nieuw product. Als je je idee dan niet vastlegt in een octrooi loop je het risico dat concurrenten met je idee aan de haal gaan. In dat geval verdienen je de ontwikkelkosten en investeringen niet meer terug.

**b** Het aanvragen van een octrooi kan best een flink bedrag kosten, omdat je ook daadwerkelijk een nieuw idee/prototype moet hebben. De octrooi-organisatie moet onderzoeken of het idee/prototype nog niet bestaat. De kosten van dit onderzoek moet de octrooiaanvrager (gedeeltelijk) betalen.

**c** Er moet sprake zijn van industriële toepasbaarheid, omdat het geen zin heeft een octrooi te hebben op iets wat niet produceerbaar is.

**38 a** Een octrooi leidt tot een tijdelijk monopolie, omdat het je nieuwe idee beschermt voor namaak en kopieën. Het is voor de concurrentie dan onmogelijk te profiteren. Het tijdelijke zit in het feit dat een octrooi na uiterlijk 20 jaar verloopt

**b** De overheid stimuleert innovaties om de concurrentiekracht van het bedrijfsleven te bevorderen. Bedrijven die investeren in innovaties vinden het belangrijk dat ze de kosten die ze hiervoor maken terugverdienen. De overheid maakt dit via octrooien mogelijk, omdat ze vindt dat innovaties het algemeen belang dienen. Een octrooi beschermt bedrijven tegen directe concurrenten en biedt de mogelijkheid om de investeringen terug te verdienen. Dit voordeel weegt voor de overheid op tegen het nadeel van de hogere prijzen van een monopolist.

**c** Een octrooi is nadelig maar ook voordelig voor de consument. Door het octrooi wordt het nieuwe product (tijdelijk) duurder. Maar de consument is ook gebaat bij innovatie. Nieuwe en betere producten voorzien in behoeften van de consument. Innovatie in algemeenheid levert macro-economisch werkgelegenheid op en stelt banen voor de toekomst zeker. Ook hierbij heeft de consument belang.

**39 a** Radar vindt de medicijnen te duur, omdat door het handig gebruikmaken van octrooien farmaceuten hoge prijzen ("tot wel 80% hoger") kunnen vragen voor hun medicijnen waarop ze een octrooi hebben. Octrooien voorkomen onderlinge concurrentie, waardoor er geen vrije marktwerking is en te hoge prijzen ontstaan.

**b** Een argument tegen de stelling van Radar, is dat de uitvinders van de medicijnen hele hoge kosten hebben gemaakt alvorens ze het medicijn op de markt kunnen brengen. Zonder octrooi zouden ze verlies maken op het medicijn. Concurrenten kunnen zonder ontwikkelingskosten het medicijn namaken en wel winst maken.

**c** Zonder octrooien zouden er minder nieuwe geneesmiddelen op de markt komen, omdat bedrijven onderzoek en investeringen willen terugverdienen. Zonder octrooirecht beginnen ze niet aan de ontwikkeling, omdat de mogelijke opbrengsten te onzeker zijn.

### Integratieopdracht

**40 a** Door invoering van accijns op vet kunnen de negatieve externe effecten van de consumptie van verzadigde vetten afnemen, want: Door invoering van accijns op de consumptie van verzadigde vetten worden de maatschappelijke kosten (zoals kosten van behandeling van hart- en vaatziekten die de eigen bijdrage van de patiënt te boven gaan, deels) doorberekend aan de gebruiker.

Of: Door de accijns wordt de consumptie van verzadigde vetten duurder, waardoor de vraag afneemt en de maatschappelijke kosten (rond de behandeling van hart- en vaatziekten) verminderen.

**b** Berekening nieuwe evenwichtsprijs:  $2p - 8 = -p + 8 \Rightarrow p = 5,33$

Nieuwe evenwichtshoeveelheid:  $Q = -5,33 + 8 \Rightarrow Q = 2,67$

Procentuele afname:  $\frac{2,67 - 4}{4} \times 100\% = 33,3\%$  (afgerond)

De doelstelling wordt dus bereikt.

**c** In grafiek 4 geeft het grijze vlak de omvang van de accijnsopbrengst voor de Deense overheid juist weer.

**d** Dit kan door subsidie te geven op substituten voor boter zoals margarine en plantaardige oliën

**Herhalingsopdrachten****1 a t/m d**

Nummer	Letter(s)
1	A
2	A1
3	OC
4	VC
5	OA
6	VA
7	Qe
8	Q1

**2 a** De overheid gebruikt liever subsidies als instrument om te sturen dan accijnzen, omdat subsidies populairder zijn bij de kiezers dan heffingen. Politici willen bij de verkiezingen niet afgerekend worden op hun beleid. Met heffingen loop je het risico dat er niet meer op je wordt gestemd.

**b** De 6 miljard euro aan subsidies hebben volgens staatssecretaris Wiebes geen milieuwinst opgeleverd. Het heeft de auto-industrie wel in staat gesteld op andere plekken meer vervuilende auto's te verkopen. Wiebes zegt letterlijk: "We hebben er zes miljard euro in gestopt en er nul klimaateffect voor teruggekregen."

**c**

- De kopers van hybride en elektrische auto's. Ze hebben deze auto's goedkoper kunnen kopen.
- De autofabrikanten. Ze hebben meer van auto's kunnen verkopen.
- Werknemers. De extra verkochte auto's hebben extra banen opgeleverd in de auto-industrie.

**3** De overheid heeft er geen bezwaar tegen dat een bedrijf een monopoliepositie krijgt door middel van een octrooi, omdat dat bedrijf voor innovatie en werkgelegenheid zorgt. Zonder octrooirecht zouden bedrijven terughoudender zijn en minder innoveren. Dat zou voor de economische groei niet goed zijn. Winstgevendheid wordt door een octrooi zekerder.

**b** Het verlopen van het octrooi kan schade opleveren voor LEGO, omdat vanaf dat moment concurrenten LEGO mogen gaan namaken. De schade is dan een daling van de productie en winst.

**c** Het verlopen van het octrooi kan ook schade voor de consument opleveren, als LEGO de concurrentie aangaat door te besparen op de kwaliteit. De consument koopt dan LEGO die minder degelijk is.

**Verrijkingsoopdracht**

**1 a t/m c** Eigen uitwerking.

## 2.4 Verplicht context: arbeidsmarkt

**41 a** Er zijn meer scholieren van 17-18 jaar dan scholieren van 15-16 jaar die een baantje hebben, omdat veel jongeren pas als ze 17-18 jaar zijn een baantje (van hun ouders mogen) gaan zoeken. Ook loont een baantje op latere leeftijd wellicht meer, door het hogere salaris.

**b** Bij havo bovenbouw hebben procentueel de meeste leerlingen een bijbaan. De havo-leerlingen zijn gemiddeld ouder dan vmbo leerlingen en vwo leerlingen hebben gemiddeld minder tijd om nog een baantje te hebben.

**c** Een ander voordeel van het hebben van een bijbaan naast het verdienen van geld, is dat je al werkervaring opdoet. Ervaren hoe het is om een taak te hebben en die met verantwoording te moeten uitvoeren.

**d** Eigen antwoord/onderzoek.

### 42

Bewering	Juist/onjuist	Toelichting
Alle mensen tussen 15 en 75 behoren tot de beroepsgeschikte bevolking.	Juist	Het CBS hanteert deze definitie.
Werklozen behoren niet tot de beroepsbevolking.	Onjuist	Iedereen die beroepsgeschikt is én wil én kan, behoort tot de beroepsbevolking. Dus werkenden én werklozen.
Mensen die als zelfstandige werken behoren wel tot de beroepsbevolking.	Juist	Iedereen die beroepsgeschikt is én wil én kan, behoort tot de beroepsbevolking. Dus werkenden én werklozen.
De beroepsbevolking is gelijk aan de vraag naar arbeid.	Onjuist	Als er werkloosheid is, is de vraag naar arbeid kleiner dan het aanbod. Als de arbeidsmarkt overspannen is, is de vraag naar arbeid groter dan het aanbod.

**43 a** Ongeveer 13 miljoen mensen behoorden tot de beroepsbevolking (bevolking tussen 15 en 75 jaar) in het eerste kwartaal van 2020.

**b** Percentage van de Nederlandse bevolking dat tot de beroepsbevolking behoort is:

$$\frac{9,2 \text{ miljoen}}{13 \text{ miljoen}} \times 100\% = 71\% \text{ (afgerond).}$$

**c** Om tot de beroepsbevolking te horen moet je beroepsgeschikt zijn én willen werken én kunnen werken. Mensen die wel tussen 15 en 75 jaar zijn en geen baan zoeken (= niet ingeschreven staan als werkzoekend) of niet kunnen werken omdat ze studeren of mindervalide zijn, horen niet tot de beroepsbevolking.

**d** De bevolking die jonger is dan 15 jaar en ouder dan 75 jaar is niet in de grafiek opgenomen omdat deze twee groepen niet beroepsgeschikt zijn.

**44 a** Een hoge participatiegraad kan leiden tot een hogere welvaart, omdat een grotere groep mensen dan produceert. Meer productie laat de welvaart in een land stijgen.

**b** Een hogere netto participatiegraad zorgt dat de overheid meer belasting ontvangt. Meer mensen gaan meer verdienen en betalen dus meer belasting. Dat vormt extra inkomen voor de overheid.

**c** Of een toenemende vergrijzing van onze bevolking tot een verlaging van de netto participatiegraad leidt is niet goed vast te stellen. Door de vergrijzing daalt de werkzame beroepsbevolking (de teller in de berekening van de netto participatiegraad), maar ook de beroepsgeschikte bevolking (de noemer in de berekening van de netto participatiegraad). Als beide procentueel hetzelfde dalen verandert de netto participatiegraad niet.

**d** De acceptatie van deeltijdarbeid heeft ervoor gezorgd dat de arbeidsparticipatie steeg, omdat tot die tijd veel vrouwen niet werkzoekend waren en wel tot de beroepsgeschikte bevolking hoorden. Een volle baan was voor die vrouwen geen optie en boden zich niet aan op de arbeidsmarkt. Na de acceptatie van parttime werk, boden die vrouwen zich juist aan en steeg de beroepsbevolking. Daarmee steeg ook de participatiegraad.

**45 a** In de leeftijdsgroepen 35 tot 45 is de arbeidsparticipatie bij mannen het hoogst. Bij vrouwen is dat de leeftijdsgroep 25 tot 35. Opvallend is dat de bij vrouwen de 35 tot 45 groep een lagere participatie heeft dan bij mannen. De verklaring is dat veel vrouwen in die levensfase kinderen krijgen en daarom (deels) stoppen met werken

**b** De verklaring waarom de arbeidsparticipatie van vrouwen lager dan van mannen, moet je zoeken in het rollenpatroon dat (nog steeds) in onze samenleving telt. Er blijven meer vrouwen thuis voor de opvoeding van kinderen dan mannen.

**c** Door de coronacrisis zijn veel jongeren hun (bij)baan kwijtgeraakt.

**46 a** - Meer mensen hebben een baan gevonden (werkloosheid is afgenomen).

- De beroepsgeschikte bevolking is afgenomen door bijvoorbeeld de vergrijzing.

**b** De verklaring voor de lage arbeidsparticipatie in Zuid Holland is dat in verhouding tot de andere provincies meer mensen geen baan hebben.

**c** De provincie Utrecht heeft een zeer hoge arbeidsparticipatie. Een mogelijke verklaring kan zijn dat er relatief weinig ouderen in die provincie zijn of dat het de provincie is waar de inwoners makkelijk aan werk kunnen komen.

In figuur 28 moet de blauwe lijn Utrecht zijn, de groene lijn Zuid-Holland.

**47 a** Werkgelegenheid bestaat uit het aantal banen dat bezet is en het aantal openstaande vacatures.

**b** Met een arbeidsjaar wordt een fulltime baan op jaarbasis bedoeld.

**c** Door deeltijdwerk wordt de werkgelegenheid in personen hoger dan de werkgelegenheid in arbeidsjaren, omdat een fulltimebaan door 2 (of misschien zelfs meer) personen (parttimers) kan worden vervuld.

**d** In een situatie van hoogconjunctuur. Dat is een situatie waarbij de economie op volle toeren draait en de vraag naar werk zo enorm hoog is dat er te weinig werknemers zijn. Werknemers moeten massaal overwerken en produceren om de vraag naar producten aan te kunnen. Een persoon werkt dan meer dan een fulltimebaan. Bijvoorbeeld als iemand 40 uur/week werkt, terwijl een fulltimebaan 36 uur/week is.

**48 a** Met seizoengecorrigeerd wordt rekening gehouden met verschillen tussen de seizoenen, bijvoorbeeld dat er in het ene seizoen meer feestdagen of vakantiedagen voorkomen dan in een ander seizoen.

**b** Eigen berekening

**c** Werkloosheid én gelijktijdig vacatures, kan. De werklozen voldoen niet aan de eisen die voor de vacatures gelden; verkeerde opleiding, geen bereidheid tot reizen of verhuizen.

**d** De werkloosheid is op een paar kwartalen na in deze periode voortdurend afgenomen.

**49 a** Met arbeidsproductiviteit wordt de gemiddelde productie per arbeider per tijdseenheid bedoeld.

**b** Als arbeidsproductiviteit stijgt heeft dat tot effect dat de werkgelegenheid in arbeidsjaren onder druk komt. Gemiddeld produceren arbeiders meer, dus voor dezelfde productie heb je minder arbeiders nodig. De werkgelegenheid daalt dan.

**c** Deeltijdfactor is de verhouding tussen het aantal uren/week dat iemand werkt en een fulltimebaan in uren/week. Voorbeeld: als een fulltimebaan 38 uur/week is en iemand heeft een parttimebaan van 28,5 uur/week, dan is de deeltijdfactor =  $\frac{28,5}{38} = 0,75$ .

**d** Als de deeltijdfactor stijgt, zal het aantal banen in personen dalen. Er wordt per persoon meer uren/week gewerkt en dan heb je minder personen nodig voor dezelfde productie.

**50 a** Arbeid is een heterogeen product. Werkgevers bieden verschillende functies aan en zoeken specifieke personen voor bepaalde functies. Je kun niet zeggen dat alle werk gelijk is, dat maakt arbeid heterogeen.

**b** Als de arbeidsmarkt niet in evenwicht is kan het volgende spelen:

Als de vraag naar arbeid(ers) < aanbod van arbeid(ers), dan ontstaat er werkloosheid.

Als de vraag naar arbeid(ers) > aanbod van arbeid(ers), dan ontstaat er een overspannen arbeidsmarkt.

**c** Een bepaalde mate van werkloosheid is voor bedrijven gunstig, omdat dan het aanbod van

arbeid > vraag naar arbeid. Bedrijven kunnen voor een vacature uit een grotere groep selecteren. Als de werkloosheid groot is zullen vakbonden bij de cao-onderhandelingen minder hoge looneisen stellen omdat hoge lonen de werkloosheid bevorderen.

**d** Als er in een land te veel werkloosheid is, heeft dit een nadelig effect op de economie in zijn geheel. Werklozen krijgen (tijdelijk) een uitkering maar deze is slechts een percentage (70%) van het laatst verdiende loon. De totale consumptie en bestedingen nemen af. Dat zullen bedrijven gaan merken in hun afzet en winsten. Als daardoor nog meer bedrijven in de problemen komen, zullen nog meer ontslagen vallen.

**51 a** Hiermee wordt bedoeld dat er in verhouding tot de werkloosheid veel vacatures zijn en dat het voor bedrijven moeilijk is om aan (geschikt) personeel te komen.

**b** Aantal werklozen in 2014 ongeveer 650.000. Aantal werklozen in 2019 ongeveer 300.000.

Afname is  $\frac{350.00}{650.000} \times 100\% = 54\%$  (afgerond)

**c** In die jaren waren er veel werklozen en was het verschil tussen de werkloosheid en openstaande vacatures groot. Er waren weinig banen voor een grote groep werklozen.

## 52

Voorbeeld	Oorzaak werkloosheid	Toelichting
Het Amerikaanse bedrijf Caterpillar sluit zijn vestiging in Gosselies in Wallonië. Daardoor staan 2.200 banen op de tocht. De productie van graafmachines verhuist naar fabrieken naar China.	Structurele werkloosheid	Bij structurele werkloosheid ligt de oorzaak aan de aanbodkant/productiekant van de economie.
Het Duitse Siemens heeft last van een dalende vraag naar elektriciteitscentrales door de opkomst van windturbines. Als gevolg hiervan moeten er 500 banen verdwijnen bij het bedrijf.	Conjuncturele werkloosheid	Bij conjuncturele werkloosheid ligt de oorzaak aan de vraagkant van de economie.
Ondanks verscheidene weken van mooi, warm weer kunnen strandtenthouders nog niet spreken van een geslaagd zomerseizoen. De paviljoens aan zee zitten nog niet zo vol als gewenst en de bezoekers die wel komen bestellen aanzienlijk minder dan een paar jaar geleden. Hij schrijft die de ondermaatse resultaten toe aan het nog altijd zwakke economische klimaat.	Conjuncturele werkloosheid	Bij conjuncturele werkloosheid ligt de oorzaak aan de vraagkant van de economie.

**53 a** Eigen antwoord afhankelijk van je leeftijd en de standaard werkweek van het bedrijf waar je werkt.

**b** De minimumjeugdlonen worden elk jaar aangepast, omdat je telkens een hoger percentage van het loon van een 21 jarige krijgt. Het loon van een 21-jarige wordt jaarlijks aangepast aan de veranderingen in de cao-lonen.

**c** Iemand van 15 jaar verdient minder dan iemand van 21 jaar.

Berekening:  $\frac{€ 3,24}{€ 10,77} \times 100\% = 30\%$  dus  $100 - 30 = 70\%$  minder (afgerond).

**d** Je verdient per uur meer als je een 36-urige werkweek hebt dan wanneer je een 40-urige werkweek hebt, omdat je er vanuit moet gaan dat je toch in een kortere tijd evenveel moet presteren/produceren.

**54 a** Een voordeel van het afsluiten van een cao voor de werkgever, is dat hij dan weet welk salaris hij op basis van de cao moet betalen. Hij mag meer betalen maar moet dat niet. In algemeenheid staan in de cao ook zaken waar hij zijn personeel aan mag houden.

**b** Een voordeel van het afsluiten van een cao voor de werknemer, is dat deze weet op welke primaire arbeidsvoorwaarden (bijvoorbeeld: loon, toeslagen en pensioenrechten) hij recht

heeft.

**c** Waarom een werkgever in de horeca geen cao meer wil, heeft alles te maken met het feit dat de horeca een bedrijfstak is waar flexibel inzetbaar personeel ideaal is. In de horeca is het soms extreem druk en heb je heel veel personeel nodig. Op andere momenten is het heel rustig. Zonder cao is het ook mogelijk om minder dan in een cao is vastgelegd te betalen. De werkgever kan hierdoor op de loonkosten besparen.

**d** Inmiddels is er toch weer een cao om gezamenlijke afspraken in de horeca vast te leggen. Er was blijkbaar nu toch weer de behoefte om enkele zaken gezamenlijk af te spreken, om zo duidelijkheid te geven voor werkgevers en werknemers.

**55 a** Bij een werknemer – werkgever relatie moeten beide partijen zich houden aan de afspraken binnen de cao. Bij een opdrachtnemer – opdrachtgever verhouding, zijn de partijen alleen gehouden aan wetgeving.

**b** Chauffeurs uit het Oostblok die tegen lage lonen werken, zorgen ervoor dat de vraag naar Nederlandse chauffeurs daalt. Een daling van de vraag zet het loon onder druk. Nederlandse chauffeurs moeten ook tegen lagere lonen gaan rijden.

**c** Een voorbeeld van een middel dat zou kunnen worden ingezet om ervoor te zorgen dat de chauffeurs volgens de cao kunnen worden betaald, is het omzeilen van de cao te verbieden of strafbaar te stellen. Wettelijk verbieden.

**56 a** Bij een flexibel contract kan de werkgever makkelijker personeel ontslaan als er onvoldoende werk is.

**b** Voordeel: je wordt sneller aangenomen met een flexibel contract dan met een vast contract. Een flexibel contract is vaak makkelijker te combineren met bijvoorbeeld een opleiding. Nadeel: meer onzekerheid of je over een bepaalde tijd nog wel werk hebt. Je kunt vaak geen lening (hypotheek) afsluiten omdat de bank het risico te hoog vindt dat je werkloos wordt en de hypotheek niet meer kan betalen.

**c** In een krappe arbeidsmarkt is het moeilijker om aan nieuwe werknemers te komen dan bij een ruime arbeidsmarkt. Werknemers zullen meer geneigd zijn om te solliciteren bij een bedrijf dat een vast contract aanbiedt dan een flexibel contract. Werknemers die al bij een bedrijf werken zullen minder snel van werkgever wisselen als ze een vast contract hebben.

### Integratieopdrachten

**57 a** Door de coronacrisis moesten veel bedrijven noodgedwongen hun zaak sluiten omdat de overheid dat bepaalde. De gedachte hierachter was dat dit een tijdelijke maatregel zou zijn om het aantal coronabesmettingen omlaag te brengen. Je kunt de werkloosheid dan het beste vergelijken met conjuncturele werkloosheid, omdat het een tijdelijke vorm van werkloosheid is doordat consumenten minder kopen. Je zou ook frictiewerkloosheid kunnen beargumenteren, omdat het werkloosheid is die tussen twee situaties tijdelijk is ontstaan.

**b** Topmanagers dragen veel verantwoordelijkheid en zijn moeilijk te vinden. Doordat zij veel kennis en kunde hebben, kunnen zij ook een hoger salaris vragen. Als een ander bedrijf de topmanager wil binnenhalen, zal het bedrijf een hoger salaris moeten bieden. Dit tegen elkaar opbieden zorgt ervoor dat het salaris hoger wordt, en dat duurt net zo lang totdat bedrijven niet meer bereid zijn dat te betalen. Dat blijven ze vooralsnog wel, omdat topmanagers niet makkelijk te vinden zijn.

**c** Eigen mening, denk aan jouw argumenten.

**58 a** Er is maar een gedeelte van het aanbod op de arbeidsmarkt in deze figuur weergegeven, omdat naast de werklozen alleen de banen van werknemers zijn opgenomen. Het aanbod zelfstandigen staat niet in de figuur.

**b** Er is maar een gedeelte van de vraag op de arbeidsmarkt in deze figuur weergegeven, omdat alleen de banen in de grafiek staan. De vacatures staan niet in de grafiek, maar ook die horen tot de vraag op de arbeidsmarkt.

**c** Het aantal banen in de periode 2014-2019 is toegenomen van ongeveer 7,7 miljoen naar ongeveer 8,6 miljoen. Dat is een procentuele verandering van

$$\frac{8,6 - 7,7}{7,7} \times 100\% = 11,7\% \text{ (stijging)}$$



- d** De werkloosheid is in de periode 2014 – 2019 afgenomen met: ongeveer 650.000 – 300.000 = 350.000 personen  
**e** Eigen antwoord.

### Herhalingsopdrachten

- 1 a** De beroepsbevolking is de beroepsgeschikte bevolking (iedereen tussen de 15 en de 75 jaar) die wil werken en kan werken.  
**b** Langer doorwerken zorgt er voordat je voortaan ook nog personeel hebt dat vroeger al met pensioen zou zijn geweest. Je krijgt relatief meer ouderen en dat leidt tot een vergrijzing van het personeelsbestand.  
**c** De participatiegraad neemt toe als mensen langer doorwerken. Mensen zijn langer actief en participeren dus langer. De beroepsbevolking neemt door langer werken toe.  
**d** Een vergrijzing van het personeelsbestand kan gunstig en ongunstig zijn voor werkgevers. Gunstig: oudere werknemers zijn ervaren. Ongunstig: oudere werknemers zijn duurder (hoger salaris), mogelijk meer uitval door ziekte.  
**e** Een andere oorzaak voor een stijging van de beroepsbevolking, is het stijgen van de bevolking en de beroepsgeschikte bevolking, het aanscherpen van keuringseisen voor mindervaliden, het afschaffen of inkorten van de leerplicht.

- 2 a** Vacatures worden ook tot de werkgelegenheid gerekend, omdat het vraag op de arbeidsmarkt is. Het zijn nog niet ingevulde banen. De werkgelegenheid is er maar is nog niet opgevuld.  
**b** Totale werkgelegenheid = aantal banen + zelfstandigen + vacatures = 8.225.000 miljoen + 2.285.000 + 200.000 = 10.710.000.  
**c** Werkgelegenheid 1e kwartaal = 10.710.000 - 12.000 + 26.000 + 334.000 = 11.006.000.  
 Daling is 11.006.000 – 10.710.000 = 296.000. Dit is  $\frac{296.000}{11.006.000} \times 100\% = 2,7\%$   
**d** Vraag b en c is de werkgelegenheid in personen. Het gaat hierover het aantal banen van mensen in loondienst. Het aantal vacatures betreft ook de vacatures waarvoor een parttimer gevraagd wordt.

- 3 a** Berekening van het aantal werklozen: "ingående pijlen" verhogen het aantal werklozen en "uitgaande pijlen" verlagen het aantal werklozen.

In:	89.000 + 186.000 =	275.000
Uit:	132.000 + 175.000 =	<u>307.000</u> _
Saldo		-32.000

De werkloosheid daalt dus met 32.000.

- b** Een voorbeeld van iemand die behoort tot stroom van 184.000 aan de linkerkant van de figuur, is iemand die met pensioen gaat, of iemand die arbeidsongeschikt wordt verklaard.  
**c** Een aantrekkende economie heeft een stimulerings-effect en zorgt ervoor dat meer mensen op zoek gaan naar werk en instromen op de arbeidsmarkt. De kans dat je een baan vindt is namelijk toegenomen. Mensen die weinig kans zien op een baan schrijven zich vaak ook niet in als werkzoekend. Als de economie aantrekt melden ze zich op de arbeidsmarkt en stijgt daardoor de beroepsbevolking.  
**d** Deze mensen behoren tot de stroom "gaan op zoek naar werk" (in het schema: 186.000).

- 4 a** Bedrijfstak-cao's en ondernemings-cao's.

- b** Niet alle beroepsgroepen of bedrijven hebben een cao. Sommige werknemers, vaak de werknemers met een hogere opleiding regelen zelf met hun werkgever de arbeidsvoorwaarden.  
**c** Een cao is vaak een bescherming voor de werknemers, omdat een werkgever zich minimaal aan deze afspraken moet houden. Bijvoorbeeld minder loon of minder vakantie geven kan niet.

### Verrijkingsoopdracht

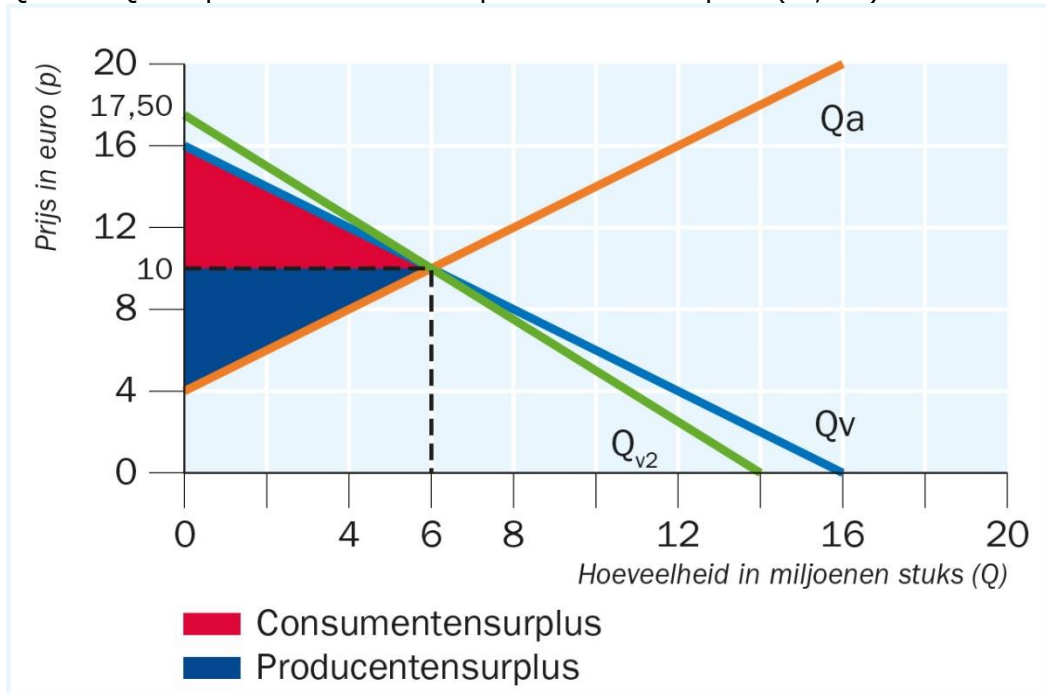
- 1 a t/m c** Eigen antwoord  
**Extra rekenen**

**1 a**  $Q_a = Q_v \Rightarrow$   
 $p - 4 = -p + 16 \Rightarrow$   
 $2p = 20 \Rightarrow$   
 $p = \frac{20}{2} = \text{€ } 10$

$p = 10$ :  $Q_a = p - 4 = 10 - 4 = 6$  (× miljoen) = 6 miljoen T-shirts  
 $p = 10$ :  $Q_v = -p + 16 = -10 + 16 = 6$  (× miljoen) = 6 miljoen T-shirts.  
 De marktomszet bij de evenwichtsprijs = € 10 × 6.000.000 = € 60.000.000

**b** Door evenwichtspunt gaan beide lijnen: punt (6 ; 10). Voor het tekenen van elke lijn nog één punt nodig.

$Q_a = 0$ :  $Q_a = p - 4 = 0 \Rightarrow p = 4 \Rightarrow$  punt (0 ; 4)  
 $Q_v = 0$ :  $Q_v = -p + 16 = 0 \Rightarrow p = 16 \Rightarrow$  punt (0 ; 16)



**c**  $Q_a = Q_v$   
 $p - 4 = -0,8p + 14$   
 $1,8p = 18$   
 $p = \frac{18}{1,8} = \text{€ } 10$

$p = 10$ :  $Q_a = p - 4 = 10 - 4 = 6$  miljoen T-shirts  
 $p = 10$ :  $Q_v = -0,8p + 14 = -0,8 \times 10 + 14 = 6$  miljoen T-shirts.  
 Snijpunt: punt (6 ; 10).

$Q_v = 0$ :  $Q_v = -0,8p + 14 = 0 \Rightarrow p = \frac{14}{0,8} = 17,5 \Rightarrow$  punt (0 ; 17,5)

Zie tekening

**d** De verandering van de voorkeuren van consument, zorgt ervoor dat het consumentensurplus groter wordt. De betalingsbereidheid stijgt van € 16 naar € 17,50. Het producentensurplus verandert niet.

**e**  $CS = \frac{1}{2} \times \text{lengte} \times \text{breedte} = \frac{1}{2} \times (\text{€ } 17,50 - \text{€ } 10) \times 6.000.000 = \text{€ } 22.500.000$

$PS = \frac{1}{2} \times \text{lengte} \times \text{breedte} = \frac{1}{2} \times (\text{€ } 10 - \text{€ } 4) \times 6.000.000 = \text{€ } 18.000.000$

**2 a**  $Q_a = Q_v \Rightarrow$

$20 = -4p + 48 \Rightarrow$

$4p = 28 \Rightarrow$

$p = 7$  eurocent.

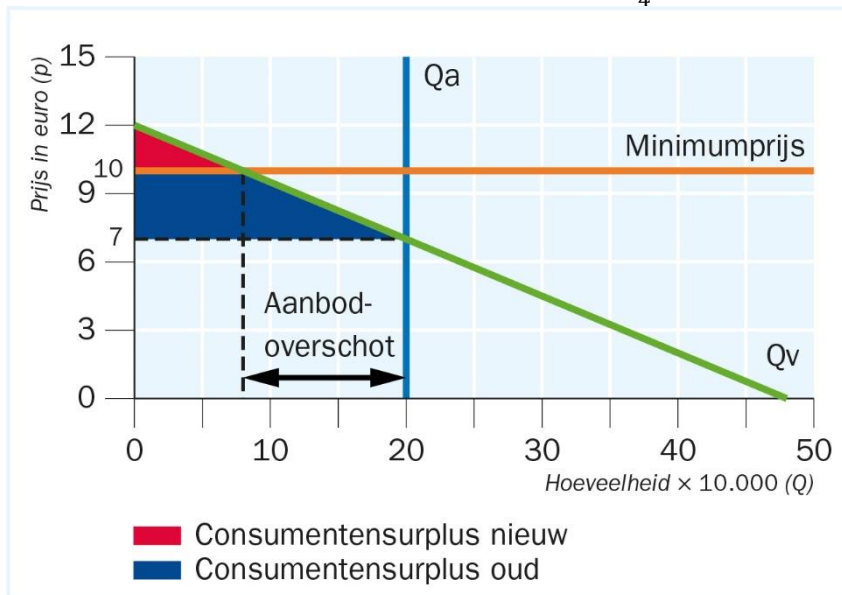
$p = 7: Q_a = 20$  ( $\times 10.000$ ) = 200.000 kilo per week

$p = 7: Q_v = -4p + 48 = -4 \times 7 + 48 = 200.000$  kilo per week.  $Q_a = Q_v$

Door evenwichtspunt gaan beide lijnen: punt (20 ; 7). Voor het tekenen van elke lijn nog één punt nodig.

$Q_a = 20$  is een verticale lijn bij 20 (= 200.000 kilo).

$Q_v = 0: Q_v = -4p + 48 = 0 \Rightarrow p = \frac{48}{4} = 12 \Rightarrow$  punt (0 ; 12)



**b** Zie tekening

**c** De gevolgen van de minimumprijs zijn dat het consumentensurplus kleiner wordt: blauwe driehoek wordt de rode driehoek

**3 a** Werkgelegenheid 2015 = banen 2015 + vacatures 2015 = 9.855.000 + 779.000 = 10.634.000

**b** Werkgelegenheid 2016 = banen 2016 + vacatures 2016 = 9.942.000 + 848.000 = 10.790.000

**c** Procentuele stijging van de werkgelegenheid 2015-2016 =  $\frac{\text{nieuw-oud}}{\text{oud}} \times 100\% = \frac{10.790.000 - 10.634.000}{10.634.000} \times 100\% = 1,47\%$

**d** Procentuele stijging van de beroepsbevolking 2015-2016 =  $\frac{\text{nieuw-oud}}{\text{oud}} \times 100\% = \frac{8.986.000 - 8.925.000}{8.925.000} \times 100\% = 0,68\%$

## Examentraining

Uit: havo eindexamen, 2019, 2e tijdvak, opgave 1, vraag 1 - 5

**1** Een voorbeeld van een juiste uitleg is:

- Productie van vlees (veroorzaakt CO<sub>2</sub>-uitstoot en dat) is nadelig voor gezondheid en milieu (en dat is negatief) (1p)
- De kosten van deze schade zijn niet verrekend in de prijs van vlees (maar komen ten laste van de samenleving en maatschappelijke kosten zijn extern). (1p)

**2** homogeen goed

Een voorbeeld van een juiste toelichting is:

Consumenten letten bij de aanschaf van vlees alleen op de prijs (en dus niet op de heterogene aspecten van vlees).

**3** Een voorbeeld van een juiste uitleg is:

Door de invoering van de vleestaks komt er een heffing van € 0,50 op elke kilo vlees. Elke kilo wordt 50 cent duurder om aan te bieden.

**4**

Een voorbeeld van een juiste berekening is:

$$\begin{aligned} \text{TO} &= 4,25 \times 3.500.000 = && \text{€ } 14.875.000 \\ \text{TK} &= 2,5 \times 3.500.000 + 2.250.000 = && \text{€ } \underline{11.000.000} - \\ \text{TW vleestaks} &&& \text{€ } 3.875.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{TW uitgangssituatie} &&& \text{€ } 5.750.000 \\ \text{TW vleestaks} &&& \text{€ } \underline{3.875.000} \\ \text{Afname winst} &&& \text{€ } 1.875.000 \end{aligned}$$

**5** Een voorbeeld van een juiste berekening is:

$$\text{€ } 0,50 \times 3.500.000 = \text{€ } 1.750.000$$

Uit: havo eindexamen, 2014, 2e tijdvak, opgave 1, vraag 2 en 3

**2 C**

**3** Een voorbeeld van een juiste berekening is:

- normale weekomzet:  $800.000 \times \text{€ } 1 = \text{€ } 800.000 \rightarrow 2,5\%$  in het fonds = € 20.000 (per normale week) (1p)

-  $\text{€ } 80.000 / \text{€ } 20.000 = 4$ . Er zijn 4 normale weken nodig om te zorgen dat er voldoende geld in het fonds zit om de opkoop in week 2 te financieren (1p).