

Producers: Het combineren van de productiefactoren; natuur, arbeid, kapitaal en ondernemerschap. De prijzen van de eindproducten worden o.a. bepaald door de prijzen van de productiefactoren (= productiekosten).

Constate kosten: Kosten onafhankelijk van de productieomvang. Op korte termijn is de hoeveelheid kapitaal constant dus de kosten verbonden met dit kapitaal zijn constante kosten. Je moet hierbij denken aan de afschrijvingskosten van het kapitaal.

Variabele kosten: Kosten die variëren met de productieomvang. De personeelskosten zijn bijvoorbeeld variabel.

Totale constante kosten: TCK. Het totaalbedrag dat je kwijt bent aan constante kosten.

Gemiddelde constante kosten: GCK. De constante kosten per product. TCK/q . Deze worden kleiner als q toeneemt.

Totale variabele kosten: TVK. Het totaalbedrag dat je kwijt bent aan variabele kosten.

Gemiddelde variabele kosten: GVK. De variabele kosten per product. TVK/q .

Totale kosten: TK. De constante plus de variabele kosten.

Gemiddelde totale kosten: GTK. De totale kosten per product. TK/q .

Marginale kosten: MK. De extra kosten van een extra product. $dTK/dq = dTVK/dq$.

Hoeveelheidsaanpasser: Dit is de producent bij volkomen concurrentie. De prijs wordt op de collectieve markt bepaald door vraag en aanbod. De individuele producent past zijn hoeveelheid aan aan deze prijs. Als hij streeft naar maximale winst zal hij de hoeveelheid kiezen waarbij $MO = MK$.

Prijzsetter: Dit is de producent bij monopolie en bij monopolistische concurrentie. Hij bepaalt zelf de prijs van het product. Als hij streeft naar maximale winst kiest hij de prijs waarbij $MO = MK$.

Wet van de toe- en afnemende meeropbrengst: Als we aan een constant gehouden productiefactor (kapitaal) achtereenvolgens steeds meer eenheden van een variabele productiefactor (arbeid) toevoegen, zal de totale fysieke productie (= productie in aantallen) eerst toenemend stijgen dan afnemend stijgen en tenslotte zelfs dalen.

Deze wet verklaart het eerst dalende verloop en dan stijgende verloop van de marginale kosten. Dit omdat de totale kosten eerst afnemend stijgen en dan toenemend stijgen.

Meeropbrengst: Marginale productie. De extra productie die ontstaat als er aan een vaste hoeveelheid kapitaal arbeiders worden toegevoegd. Niet verwarren met marginale opbrengst.

Marginale opbrengst: MO. De extra opbrengst van een extra product. dTO/dq . Bij volkomen concurrentie is de marginale opbrengst voor de individuele producent constant.

Gemiddelde opbrengst: GO. De opbrengst per product. TO/q . Bij volkomen concurrentie is de gemiddelde opbrengst constant. De gemiddelde opbrengst is altijd gelijk aan de prijs. Bij volkomen concurrentie is de gemiddelde opbrengst gelijk aan de marginale opbrengst.

Totale opbrengst: TO. De omzet. $P \times q$.

Totale winst: TW. De totale opbrengst min de totale kosten. $TO - TK$.

Gemiddelde winst: GW. De winst per product. TW/q .

Marginale winst: MW. De extra winst van een extra product. dTW/dq . De marginale winst is gelijk aan nul bij maximale winst (of minimaal verlies).

Break-even punt: De hoeveelheid waarbij geen winst en geen verlies gemaakt wordt. De totale opbrengst en de totale kosten zijn aan elkaar gelijk. $TO = TK$. Maar ook: $GO = GTK$. Wordt ook wel genoemd: kostendekking.

Omzetmaximalisatie: Streven naar zo'n hoog mogelijke omzet. $TO = \text{maximaal}$. $MO = 0$.

Streven naar continuïteit: Is ook een mogelijk doel van de onderneming (evenals winstmaximalisatie, kostendekking of omzetmaximalisatie). Om dit doel te kunnen bereiken moet soms een wat lagere prijs gezet worden om eventueel nieuwe toetreders af te schrikken. Als de GTK steeds dalen is kan op deze manier een monopolie in stand worden gehouden.

Marktaandeel: De omzet van het bedrijf als percentage van de totale marktomzet.

Homogene goederen: De consument maakt geen onderscheid tussen deze goederen. Ze voorzien alle op gelijke wijze in de behoefte van de consument.

Heterogene goederen: Deze goederen voorzien in dezelfde behoefte maar verschillen in de ogen van de consument van elkaar. Er is sprake van productdifferentiatie.

Doorzichtige markt: Vragers en aanbieders zijn op de hoogte van alle ontwikkelingen op de markt. Ook wel genoemd: transparante markt.

Monopolie: De marktform met slechts één aanbieder, veel vragers en geen vrije toetreding. De monopolist is prijszetter.

Homogeen oligopolie: Enkele aanbieders van een homogeen product. Toetreding is moeilijk, de markt is doorzichtig en er zijn veel vragers. Prijszetting.

Heterogeen oligopolie: Enkele aanbieders van een heterogeen product. Toetreding is moeilijk, de markt doorzichtig en er zijn veel vragers. Prijszetting.

Duopolie: Twee aanbieders.

Monopolistische concurrentie: Veel aanbieders, heterogeen product, doorzichtige markt, vrije toe- en uittreding, veel vragers. Prijszetting.

Volkomen concurrentie: Veel aanbieders, homogeen product, doorzichtige markt, vrije toe- en uittreding, veel vragers. Hoeveelheidsaanpassing.