



2.1 Marktwerving

2.1 Marktwerving

Volkomen concurrentie

Een perfect werkende markt heeft de volgende kenmerken:

- er zijn veel vraders en veel aanbieders.
Dat betekent dat er veel concurrentie is en dat geen enkele partij groot genoeg is om invloed te kunnen hebben op de prijs.
- er is sprake van een **homogeen product**.
Dat wil zeggen dat de consumenten geen enkel verschil zien in de producten van de verschillende aanbieders.
- er is sprake van een **transparante markt**
Dat betekent dat iedereen, zowel vraders als aanbieders, precies weet welke goederen waar en tegen welke prijs worden gevraagd en aangeboden.

Het bijzondere van deze marktvorm is dat er een prijs ontstaat waar geen enkele deelnemer individueel invloed op heeft.

De prijs die ontstaat, ontstaat uit het collectieve gedrag van de vraders en de aanbieders.

Snelmenu

[> H.0 Rekenen](#)[> H.1 Welvaart](#)[> H.2 Inkomen](#)[> H.3 Uitgaven](#)[> H.4 Familiezaken](#)[> H.5 Bedrijf](#)[> H.6 Winst](#)

Dit collectieve gedrag van vragers en aanbieders kunnen we omschrijven met vraag- en aanbodlijnen (en vergelijkingen). Waarbij de vraaglijn de collectieve betalingsbereidheid van de consumenten beschrijft. En de aanbodlijn de collectieve verkoopbereidheid van de producenten weer geeft.

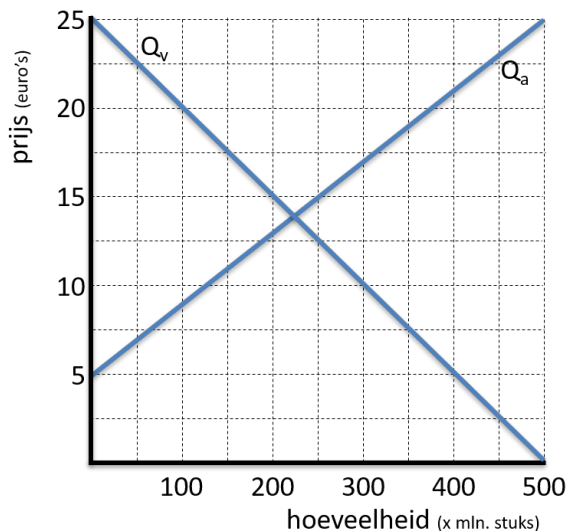
Bijvoorbeeld:

$$Q_v = -20P + 500$$

$$Q_a = 25P - 125$$

waarbij:

$Q =$
hoeveelheid
in miljoen
stuks
 $P =$ prijs in
euro's



Tip:

Teken éérst de vraaglijn, zodat je de assenverdeling kunt bepalen. Teken daarna de aanbodlijn, zoals je dat geleerd hebt.

Zonder dat iemand er verder iets aan kan doen, zal op deze markt een evenwichtssituatie ontstaan, waarbij vraag en aanbod aan elkaar gelijk zijn.

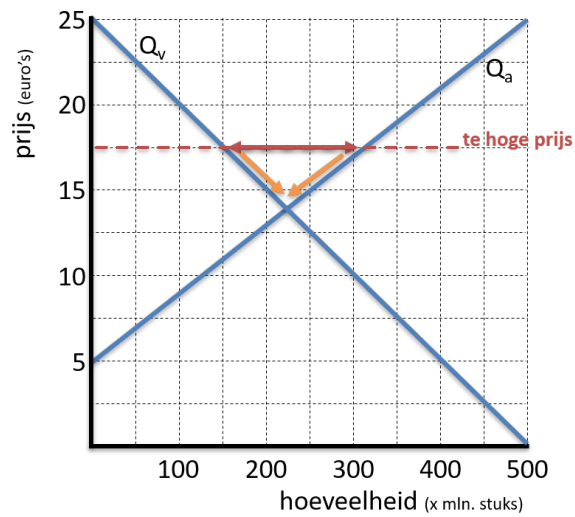
Elke andere prijs zal door het collectieve gedrag van vragers en aanbieders direct gecorrigeerd worden:

als de prijs te hoog is...

Als de prijs te hoog is, zal er minder vraag zijn en teveel aanbod. In dit voorbeeld zullen er ruim 300 mln. producten worden aangeboden, maar slechts 150 mln. worden gevraagd.

Om de teveel geproduceerde producten te kunnen verkopen, zullen de producenten hun prijs moeten verlagen. Anders zijn er niet genoeg consumenten die het willen kopen.

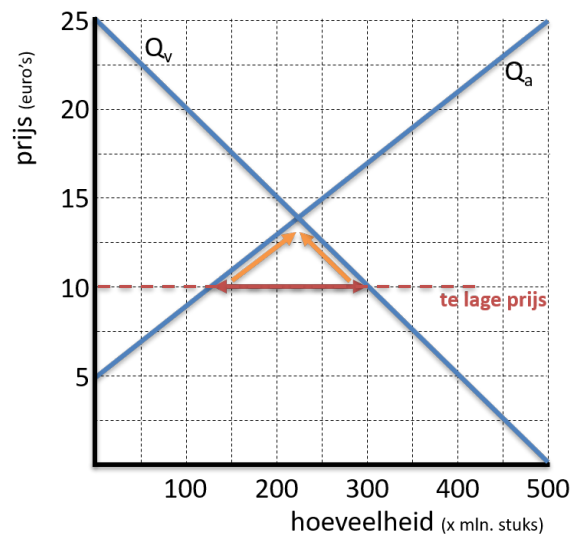
De te hoge prijs zal dalen totdat vraag en aanbod aan elkaar gelijk zijn.



als de prijs te laag is...

Als de prijs te laag is, zullen er meer producten worden gevraagd dan er aangeboden worden.

In dit voorbeeld zullen er € 300 mln. producten gevraagd worden, terwijl er maar ongeveer 125 mln. producten worden aangeboden.



De consumenten die het product niet kunnen kopen, zijn bereid meer te betalen. Zij drijven de prijs op, zodat ook de producenten bereid zijn om meer te produceren.

De prijs stijgt net zolang totdat vraag en aanbod aan elkaar gelijk zijn.

evenwichtssituatie...

Het vraag- en aanbodmechanisme, of de **marktwerking**, zorgt ervoor dat vraag en aanbod aan elkaar gelijk worden.

We spreken in dat geval van een **evenwichtssituatie**.

Het snijpunt van vraag en aanbod, de evenwichtsprijs, kan worden uitgerekend:

$$Q_a = Q_v$$

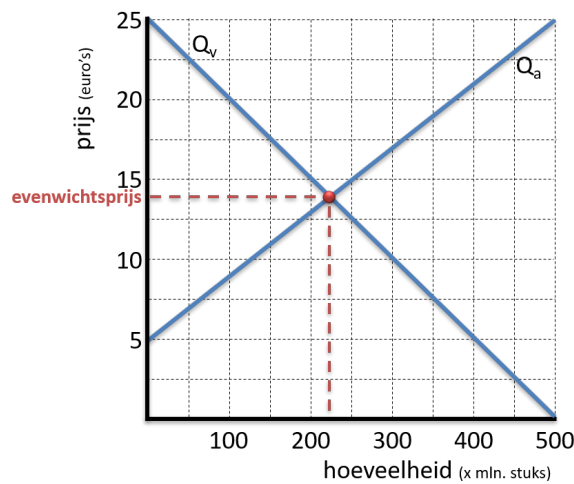
$$25P - 125 = -20P$$

$$+ 500$$

$$45P = 625$$

$$P = 13,89$$

De



evenwichtshoeveelheid kan daarna worden uitgerekend door de evenwichtsprijs in vraag- of aanbodvergelijking in te vullen.

Bijvoorbeeld:

$$Q_a = 25P - 125$$

$$Q_a = 25 \times 13,89 - 125$$

$$Q_a = 222 \text{ (mln. stuks)}$$

Maximale welvaart _____

Op een markt van volkomen concurrentie hebben producenten geen extra macht. Daardoor kunnen zij de prijs niet hoger maken dan noodzakelijk. Er ontstaat dus een relatief lage prijs, waarbij de producenten relatief weinig winst maken.

Deze marktform is dus vooral in het voordeel van de consument. Producenten zullen dus hun best doen om meer macht te krijgen op een markt, zodat ze de prijs kunnen verhogen en daarmee ook hun winst (zie onvolkomen concurrentie).

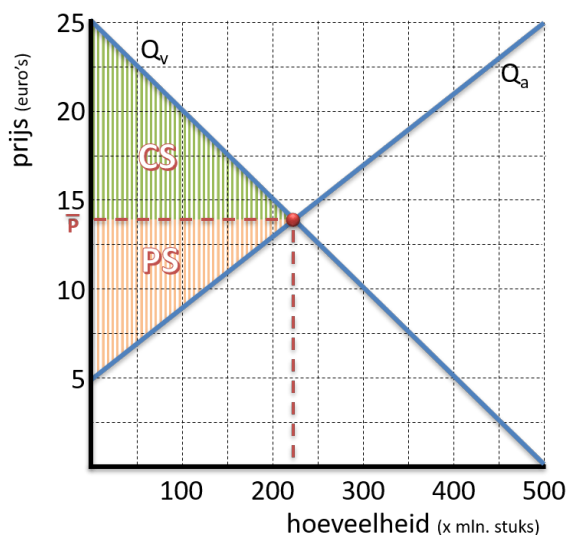
Consumentensurplus en producentensurplus zeggen iets over hoe **efficiënt** een markt werkt. Hoe groter het surplus, hoe beter dat is / lijkt voor de welvaart.

Om die reden wordt een markt van volkomen concurrentie ook wel een *perfecte markt* genoemd: de optelsom van consumenten- en producentensurplus is bij de evenwichtsprijs maximaal. De markt zorgt dan voor de meest efficiënte uitkomst.

Een marktmodel geeft echter alleen een beeld van consumenten en producenten.

Maar soms hebben producten ook gevolgen voor andere mensen. Denk maar eens aan een vliegtuig. Elke keer dat een vliegtuig vertrekt hebben omwonenden last van geluidsoverlast. Dat **externe effect** is niet zichtbaar in de getekende surplus. In totaal daalt de welvaart, omdat er "negatieve welvaart" bij andere

(externe partijen) ontstaat. Het marktmodel en de evenwichtsprijs lijken optimaal, maar het model laat niet alle effecten zien.



♦ Een **externe effect** is een onbedoelde bijwerking van productie of consumptie die de welvaart van een ander dan consument of producent beïnvloedt. Dit externe effect heeft geen invloed op de evenwichtsprijs.

De welvaart van iemand anders kan negatief worden beïnvloed, zoals in het voorbeeld van de geluidsoverlast. Het is echter ook mogelijk dat de welvaart van iemand anders positief wordt beïnvloed. Bijvoorbeeld een hoteleigenaar die veel extra inkomsten heeft als er een internationale voetbalwedstrijd in de stad wordt georganiseerd.



Maak nu de volgende opgave:

- [Opgave 1 – Marktwerving](#)



Alles-in-1-examentraining

De beste voorbereiding op toetsen, schoolexamens of centraal examen.

Meest recent

> Herexamen 2013 – De concurrentie gewogen
1 mei 2023

> Examen 2014 – Faalt de markt of faalt de overheid?
1 mei 2023

Donatie

Ben je tevreden over deze site?
En wil je graag een bijdrage leveren aan de kosten?

Stort dan jouw donatie op
NL39 RABO

Disclaimer

De inhoud van deze website is intellectueel eigendom van de auteur. Dit auteursrecht geldt voor commercieel gebruik. Gebruik voor persoonlijke doeleinden is uiteraard toegestaan. Het gebruik van deze website geschiedt volledig voor eigen



Alles-in-1-examentraining economie

- ★ Van elk examendomein een samenvatting
- ★ Examenopgaves met antwoorden per domein
- ★ Hints bij de opgaves om je verder te helpen

2016/2017

aangepast aan de laatste examensamen

havo

vwo

VWO

HAVO

> Examen 2014 –
Patatje oorlog
1 mei 2023

> Examen 2019 –
Protectie een
lapmiddel?
1 mei 2023

> Examen 2012 –
Varen op het
conjunctuurkompas
1 mei 2023

0174164114

t.a.v. P.A. Bloemers

Economielokaal

KvK-nummer

69701598

BTW-id

NL001830248B90

risico. De auteur is derhalve op
geen enkele wijze aansprakelijk
te stellen.

