

Samenvatting hoofdstuk 1 Schaarste en welvaart

1.1 Inkomen en welvaart

Wat is het verschil tussen inkomen en welvaart?

Inkomen en welvaart zijn verschillende begrippen. Bij het inkomen gaat het vooral om het reëel inkomen, het nominaal inkomen gecorrigeerd voor inflatie. Het reëel inkomen is een maatstaf voor de koopkracht van het inkomen. Welvaart is een breder begrip dan inkomen, het zegt iets over de manier waarop we de schaarste ervaren. Welvaart is dus een subjectief begrip. De welvaart neemt toe als de schaarste verminderd wordt. Schaarste wordt bepaald door behoeften en middelen. Als de behoeften constant blijven en de middelen nemen toe, dan neemt ook de welvaart toe. In de praktijk blijkt echter dat mensen met het toenemen van de middelen hun behoeften naar boven bijstellen. Daar komt bij dat het voorzien in meer middelen soms neveneffecten met zich meebrengt. We hebben wel meer goederen, maar de productie ervan leidt bijvoorbeeld tot CO₂-uitstoot en lawaai.

1.2 Schaarste en kiezen

Op welke manier dwingt schaarste tot het maken van keuzes?

Het keuzeproces kan worden verduidelijkt met een budgetlijn. Bij een keuze tussen twee producten neemt een budgetlijn wiskundig gezien de volgende vorm aan: $y = p_1 q_1 + p_2 q_2$, waarin y het inkomen voorstelt, p de prijzen en q de hoeveelheden. Bij een gegeven inkomen leidt de keus voor meer 'bioscoopjes' voor een geringere consumptie van hamburgers. Er moet nu eenmaal gekozen worden. De prijs van het opgeofferde goed vormt de opofferingskosten of alternatieve kosten. Voorbeelden gaan gemakshalve vaak over de keuze tussen twee producten, maar in de praktijk moet je vaak kiezen uit meer dan twee producten. De opofferingskosten worden dan bepaald door de niet-gekozen mogelijkheid die het meest opbrengt. Een stap verder gaat het inbrengen van de subjectieve waardering van een alternatieve mogelijkheid. De kosten van het opgeofferde alternatief worden mede bepaald door je waardering van het product.

1.3 Arbeidsdeling en ruil

Op welke manier wordt de welvaart bevorderd door arbeidsdeling en ruil?

Door arbeidsdeling of specialisatie kan de productiviteit sterk worden vergroot. Tegenwoordig spelen andere factoren een belangrijker rol als het gaat om de toename van de arbeidsproductiviteit, zoals automatisering en scholing. Arbeidsdeling komt niet alleen voor binnen bedrijven, maar ook in gezinnen en tussen bedrijven. Binnen gezinnen kun je denken aan arbeidsdeling tussen man en vrouw. Nog steeds verdienen mannen per uur meer dan vrouwen. Als mannen meer gaan werken in het huishouden, zijn de opofferingskosten daarvan hoger dan ze voor vrouwen zijn. Arbeidsdeling tussen bedrijven vind je terug in de bedrijfskolom. Arbeidsdeling maakt ruil noodzakelijk. Daarbij is het belangrijk dat de eigendomsrechten goed zijn vastgelegd.

Hoge transactiekosten kunnen de ruil bemoeilijken. Op de woningmarkt en in de internationale handel zijn de transactiekosten vaak aanzienlijk.

1.4 Ruilen en geld

Op welke manier vergemakkelijkt het verschijnen van geld de ruil?

Zonder geld is ruil altijd direct. Geld heeft de indirecte ruil mogelijk gemaakt. Vertrouwen is essentieel als het om het gebruik van geld gaat. Geld moet immers weer door een ander worden geaccepteerd. Geld kan diverse functies hebben: ruil-, reken- en opspaarmiddel. In het verleden

Economie Integraal

bleek edelmetaal (goud, zilver) het meest geschikt om als geld dienst te doen. In kleine hoeveelheden representeerde het al een hoge waarde. Bovendien was edelmetaal gemakkelijk deelbaar. Vooral bij munten speelt het onderscheid tussen nominale en intrinsieke waarde een rol.

Als de intrinsieke waarde hoger komt te liggen dan de nominale waarde, treedt de wet van Gresham in werking: de 'goede' munten verdwijnen uit omloop. Het tegenwoordige geld, dat uit chartaal en giraal bestaat, heeft nauwelijks nog een intrinsieke waarde. In de loop van de twintigste eeuw is de samenstelling van de maatschappelijke geldhoeveelheid veranderd: het giraal geld heeft het chartaal geld sterk teruggedrongen.

Samenvatting hoofdstuk 2 Consumentengedrag

2.1 Betalingsbereidheid en vraaglijn

Wat is het verband tussen de prijs van een product en de gevraagde hoeveelheid ervan?

Welk bedrag een consument maximaal voor een bepaald product wil betalen wordt bepaald door zijn betalingsbereidheid. Wanneer de consument het product voor een lager bedrag dan zijn betalingsbereidheid verkrijgt, behaalt de consument een 'voordeel': het *consumentensurplus*. Het consumentensurplus van alle consumenten samen kan gezien worden als een maatstaf voor de welvaart.

Op grond van de betalingsbereidheid kan voor een consument een *individuele* vraagvergelijking worden afgeleid. Door de individuele vraagvergelijkingen van allen vragers naar een bepaald product te sommeren krijg je de *collectieve* vraagvergelijking.

Wanneer de verkoopprijs van een product verandert, verandert ook het behaald consumentensurplus.

2.2 Vraagbepalende factoren

Wat zijn de belangrijkste factoren die de vraag naar een product bepalen?

De gevraagde hoeveelheid van een goed is in eerste instantie afhankelijk van de prijs. Dat blijkt ook uit de vergelijking van een vraagvergelijking is: $q_v = ap + b$ ($q_v > 0$, $p > 0$, $a < 0$, $b > 0$). Hierin is q_v de gevraagde hoeveelheid en p de prijs.

In deze vergelijking geven de factoren 'a' en 'b' de overige vraagbepalende factoren weer. Deze factoren zijn bepalend voor de betalingsbereidheid en zijn: het besteedbaar inkomen en de voorkeuren van de vragers, het aantal vragers en hun verwachtingen en de prijzen van andere goederen. Veranderingen van deze factoren leiden tot een andere vraagvergelijking en dus ook tot een andere vraaglijn. Dit noem je een verschuiving *van* de vraaglijn. Een verschuiving naar rechts / links betekent dat consumenten ongeacht de prijs meer / minder van het product willen kopen.

Een *verschuiving langs de vraagcurve* wordt veroorzaakt door een verandering van de prijs van het betreffende product.

2.3 Prijselasticiteit van de gevraagde hoeveelheid

Hoe reageert de consument op prijsveranderingen?

De hoeveelheid die bij een bepaalde prijs wordt verkocht wordt de *afzet* genoemd. De afzet vermenigvuldigd met de verkoopprijs is de door de verkoper behaalde *omzet*. Verwar de omzet niet met de winst. Voor het berekenen van de winst moet de omzet nog worden verminderd met de kosten ervan.

De manier waarop een consument reageert op de prijsverandering van een goed kan worden weergegeven met één getal: de *prijselasticiteit van de gevraagde hoeveelheid*. Dit getal bereken je

Economie Integraal

door de procentuele verandering van de gevraagde hoeveelheid te delen door de procentuele prijsverandering.

Als de gevraagde hoeveelheid relatief weinig verandert, is er een *inelastische vraag* ($-1 < E_v < 0$).

Als de verandering relatief groot is, spreek je van een *elastische vraag* ($E_v < -1$).

Het verschil tussen een inelastische en een elastische vraag is ook van belang voor de verandering van de omzet van de leveranciers van het betreffende goed.

De prijsverandering van een bepaald goed kan ook de afgezette hoeveelheid van een ander goed beïnvloeden. Een dergelijk verband wordt weergegeven met de *kruiselingse prijselasticiteit van de gevraagde hoeveelheid*. Hiermee kan onderscheid worden gemaakt tussen substitutiegoederen ($E_k > 0$) en complementaire goederen ($E_k < 0$).

2.4 Inkomenselasticiteit

Welke invloed hebben inkomensveranderingen op de vraag naar verschillende producten?

De gevraagde hoeveelheid van een bepaald goed wordt deels bepaald door het besteedbaar inkomen van de consumenten. Zo kun je onderscheiden:

- noodzakelijke goederen, deze koop je ook al is je besteedbaar inkomen heel erg laag (brood);
- inferieure goederen; als je besteedbaar inkomen stijgt, ga je minder van deze goederen kopen;
- luxegoederen; deze goederen kun je je pas veroorloven als je besteedbaar inkomen een bepaalde drempel heeft overschreden.

Hoe een consument in zijn aankoopgedrag reageert op een verandering van zijn inkomen kan worden weergegeven met de *inkomenselasticiteit van de gevraagde hoeveelheid* (E_y). E_y bereken je door de procentuele verandering van de gevraagde hoeveelheid te delen door de procentuele verandering van het besteedbaar inkomen.

Afhankelijk van het soort goed is de inkomenselasticiteit positief of negatief en kan de reactie (de verandering van de gevraagde hoeveelheid) relatief groot of klein zijn. Het verschil tussen noodzakelijk, inferieure en luxegoederen kan met de inkomenselasticiteit worden weergegeven.

Samenvatting hoofdstuk 3 Producentengedrag

3.1 Kosten en omzet

Wat is het verband tussen de grootte van de productie en afzet en de kosten en opbrengsten van een onderneming?

De totale kosten van een onderneming kunnen worden verdeeld in constante kosten en variabele kosten. De constante kosten zijn capaciteitskosten; deze zijn onafhankelijk van productie en afzet. De totale variabele kosten worden bepaald door de geproduceerde hoeveelheid, respectievelijk de afzet.

De totale variabele kosten kunnen een progressief, proportioneel of een degressief verloop hebben.

Er geldt: totale kosten (TK) = totale constante kosten (TCK) + totale variabele kosten (TVK). Dus $TK = TCK + TVK$. Uit de totalekostenvergelijking kunnen de gemiddeld totale kosten en de marginale kosten worden bepaald.

Gemiddeld totale kosten (GTK) = $\frac{TK}{q} = \frac{TCK + TVK}{q}$ of:

gemiddeld totale kosten = gemiddeld constante kosten + gemiddeld variabele kosten.

Marginale kosten = $\frac{dTK}{dq}$.

Het verband tussen prijs (p), afzet (q) en omzet of totale opbrengst (TO) is het volgende:
 $TO = p \times q$.

Hoewel een bedrijf bij iedere verkoop de koper btw in rekening moet brengen, wordt bij berekeningen van opbrengsten en kosten de btw niet meegerekend. Het verschil tussen ontvangen btw (bij verkoop) en betaalde btw (bij inkoop) wordt immers afgedragen aan de fiscus.

Uit de totaleopbrengstvergelijking kunnen de gemiddelde opbrengst (GO) en de marginale opbrengst (MO) worden bepaald:

$GO = \frac{TO}{q}$ en $MO = \frac{dTO}{dq}$

3.2 Break-evenanalyse

Vanaf welke omzet wordt de productie winstgevend?

De totale winst (TW) die een onderneming met de verkoop van haar producten behaalt, wordt gevonden door de totale opbrengst (TO) te verminderen met de totale kosten (TK):

$TW = TO - TK$.

De productie (en afzet) is winstgevend wanneer in een periode de totale opbrengst groter is dan de totale kosten. De break-evenafzet laat zien vanaf welke productiegrootte (en afzet) er winst wordt gemaakt. Het break-evenpunt kan worden gevonden met behulp van de gelijkheid: totale opbrengst = totale kosten ($TO = TK$), of $GO = GTK$.

Economie Integraal

3.3 Maximale winst

Hoe kun je bepalen bij welke productie en verkoop een onderneming maximale winst behaalt?

Totale winst (TW) = totale opbrengst (TO) – totale kosten (TK).

Bij een geringe productie en afzet liggen de totale kosten in de regel boven de totale opbrengst.

Wanneer de winstvergelijking een lineair verloop heeft, wordt een maximaal resultaat behaald bij de productiecapaciteit. Wanneer de winstvergelijking met een tweedegraads of hogere functie kan worden weergegeven kan de productie en afzet, waarbij maximale totale winst wordt behaald, gevonden door de afgeleide van de totalewinstvergelijking gelijk te stellen aan 0. Dus maximale winst indien: $\frac{dTW}{dq} = 0$. Uiteraard moet de totale winst bij de gevonden productie en afzet wel positief zijn.

De productie en afzet waarbij maximale totale winst wordt behaald kun je ook bepalen door de marginale opbrengst (MO) gelijk te stellen aan de marginale kosten (MK).

De gelijkheid van marginale opbrengst en marginale kosten is steeds bepalend voor de hoeveelheid die de producent aanbiedt. Op korte termijn wordt dan zelfs een verlieslatende productie en afzet geaccepteerd, zolang de verkoopprijs (GO) hoger is dan de gemiddeld variabele kosten (GVK). In dat geval worden immers behalve de gemiddeld variabele kosten ook nog een deel van de totale constante kosten terugverdiend.

3.4 Prijs, aanbod en producentensurplus

Wat is het verband tussen de prijs van een product en het producentensurplus?

De gelijkheid van marginale opbrengst (de verkoopprijs) en marginale kosten bepaalt de welke productie en afzet de ondernemer maximale winst oplevert. De marginale kostenlijn is (boven de gemiddeld variabele kosten) de individuele aanbodlijn van een producent.

Sommering van de individuele aanbodlijnen van alle producenten die een bepaald goed aanbieden geeft de collectieve aanbodlijn (of -vergelijking).

De algemene gedaante van de collectieve aanbodvergelijking is: $q_a = cp + d$ ($q_v > 0$, $p > 0$, $c > 0$). Hierin is q_a de aangeboden hoeveelheid en p de prijs van het betreffende goed.

Een bepaalde collectieve aanbodvergelijking geldt uitsluitend 'ceteris paribus'. Dat wil zeggen dat de 'overige aanbodbepalende factoren' niet veranderen. Deze overige factoren zijn: de toegepaste technologie, de factorprijzen, het aantal aanbieders, de verwachtingen van de aanbieders en andere factoren (het weer bijvoorbeeld).

Een verandering van de 'overige aanbodbepalende factoren' (in de vergelijking weergegeven met 'c' en 'd') leidt tot een verschuiving *van* de aanbodlijn. Een verandering van de prijs (p) leidt tot een verschuiving *langs* de aanbodlijn.

Economie Integraal

Wanneer de verkoopprijs boven de verkoopbereidheid van een aanbieder ligt behaalt de aanbieder een producentensurplus. Veranderingen van de verkoopprijs hebben veranderingen van het producentensurplus tot gevolg.

Samenvatting hoofdstuk 4 Volledige mededinging

4.1 Marktvorm volledige mededinging

Op welk type markt hebben individuele vragers en aanbieders géén invloed op de prijs?

Producten worden verhandeld op 'markten'. Je kent concrete markten en abstracte markten. Een concrete markt is een bepaalde aanwijsbare plaats bepaald goed wordt verhandeld. Vaak is dat goed ook aanwezig zijn en zijn vragers en aanbieders zelf aanwezig.

Abstracte markten, of markt vormen, worden ingedeeld op grond van de invloed van de individuele aanbieder op de prijsvorming.

Een eerste indeling maakt onderscheid tussen perfecte markten en niet-perfecte markten. Op een perfecte markt hebben de individuele marktpartijen *geen* invloed op de prijsvorming; op een niet-perfecte markt is die invloed er in mindere of meerdere mate wél.

De verschillende markt vormen die kunnen worden onderscheiden zijn:

- *monopolie* (één aanbieder die de prijs vaststelt; veel vragers die individueel geen invloed hebben op de prijs);
- *oligopolie* (weinig aanbieders die individueel de prijs beïnvloeden; veel vragers die individueel geen invloed op de prijs hebben);
- *volledige mededinging* (veel aanbieders en veel vragers, de marktpartijen hebben individueel geen invloed op de prijs);
- *monopolistische concurrentie* (veel aanbieders die individueel enige invloed hebben op de prijs; veel vragers die individueel geen invloed op de prijs hebben).

De markt vorm *volledige mededinging* is de markt vorm waarbij de individuele vrager noch de individuele aanbieder invloed kan uitoefenen op de prijsvorming. Deze markt vorm wordt gekenmerkt door:

1. er zó veel marktpartijen dat de individuele aanbieder of vrager geen invloed heeft op de prijs;
2. er is sprake van een *volkomen markt*; dat wil zeggen dat er *homogene* goederen worden aangeboden en ook de aanbieders zijn homogeen, en de markt is *transparant* (ieder van de marktpartijen is op de hoogte van alles wat er op de markt gebeurt);
3. er is vrije toe- en uittreding.

4.2 Markevenwicht en prijsontwikkeling

Hoe komt door vraag en aanbod een prijs tot stand?

De prijsvorming in geval van volledige mededinging kan worden beschreven met een wiskundig vraag-aanbodmodel. Dit model heeft de volgende gedaante:

- een vraagvergelijking: $q_v = ap + b$ ($q_v > 0, p > 0, a < 0, b > 0$)
- een aanbodvergelijking $q_a = cp + d$ ($q_a > 0, p > 0, c > 0$)
- een evenwichtsvoorwaarde: $q_v = q_a$

Hierin is: q_v de gevraagde hoeveelheid, q_a de aangeboden hoeveelheid en p de prijs van het betreffende goed. a en b geven de invloed van de betalingsbereidheid van de vragers weer en c en d de invloed van de verkoopbereidheid van de aanbieders.

Bij deze markt vorm komt steeds een prijs tot stand, waarbij de gevraagde hoeveelheid gelijk is aan de aangeboden hoeveelheid Deze prijs wordt de *evenwichtsprijs* genoemd.

Economie Integraal

Veranderingen van de evenwichtsprijs ontstaan door veranderingen van de vraag en/of het aanbod.

De prijs waartegen een product wordt verhandeld geeft vragers en aanbieders informatie over de gevolgen van hun handelen. Zo kan de vrager zich bewust worden van de *opofferingskosten* van zijn aankoop.

4.3 Marktevenwicht en bedrijfsevenwicht

Wat betekent de prijs die op een markt tot stand is gekomen voor het individuele bedrijf?

De marktprijs is bepalend voor de hoeveelheid die de naar maximale totale winst strevende producent aanbiedt. Hij zal zijn productie (aanbod) bepalen bij de gelijkheid: $p = GO = MO = MK$.

Wanneer de aanbieders op deze markt winst maken, lokt dat toetreding van nieuwe aanbieders uit. Omdat hierdoor het aantal aanbieders toeneemt, zal – aannemende dat de andere omstandigheden niet veranderen – de marktprijs dalen, waardoor de winst van de (individuele) aanbieder afneemt. Toetreding van nieuwe aanbieders gaat net zolang door tot de individuele aanbieder geen winst maakt. Er is dan sprake van *bedrijfsevenwicht*.

4.4 Optimale welvaart bij volledige mededinging

Hoe beïnvloeden prijzen de welvaart?

Voor zover de welvaart van huishoudens te meten is, kan de bijdrage van een bepaald product aan deze welvaart worden 'afgemeten' aan het economisch surplus: de som van het consumentensurplus en het producentensurplus.

In een *Pareto-optimum* is de markt in evenwicht; een verbetering is voor niemand mogelijk zonder dat dit ten koste gaat van een ander.

De marktform volledige mededinging zorgt voor *optimale allocatie* van de beschikbare middelen. Dat houdt onder meer in dat het economisch surplus maximaal is, de productie zo groot mogelijk en de prijzen zo laag mogelijk zijn.

Tekortkomingen van de marktform volledige mededinging hangen samen met: een niet altijd maatschappelijk wenselijke verdeling van het economisch surplus (een erg ongelijke verdeling van de inkomens bijvoorbeeld), de onmacht te kunnen voorzien in collectieve goederen en de omstandigheid dat perfecte markten in werkelijkheid weinig voorkomen.

Samenvatting hoofdstuk 5 Economische macht

5.1 Economische machtsvorming en marktvormen

Welke typen van economische machtsvorming kun je onderscheiden?

Marktvormen kunnen worden onderscheiden door te kijken naar een aantal aspecten. In de eerste plaats naar de mate van volkomenheid. Daarbij gaat het om de vraag of er sprake is van homogene of heterogene goederen. In het laatste geval is er sprake van productdifferentiatie. Met behulp van de marketingmix kan een aanbieder productdifferentiatie tot stand brengen. In de tweede plaats gaat het om de mate van concurrentie, waarbij het aantal aanbieders van belang is. Het aantal aanbieders kan zijn: één (monopolie), weinig (oligopolie) of veel (volledige mededinging en monopolistische concurrentie). Bij volledige mededinging is er sprake van homogene goederen, bij monopolistische concurrentie van heterogene goederen. In de derde plaats kijk je naar de mate van vrijheid: in hoeverre is vrije toetreding mogelijk? Zijn er toetredingsbarrières? In feite is uitsluitend bij volledige mededinging en monopolistische concurrentie sprake van vrije toetreding, afgezien dan van vergunningen van overheidswege.

5.2 Monopolie

Op welke manier kan een monopolist als enige aanbieder op zijn markt de verkoopprijs zodanig vaststellen dat hij maximale winst behaalt?

Er zijn wettelijke monopolies (bijvoorbeeld via een octrooi of patent), natuurlijke monopolies (de markt is te klein voor meer dan één aanbieder) en collectieve monopolies (onderlinge concurrentiebeperking in kartels). De opbrengsten onder het monopolie wijken af van die onder volledige mededinging: de totale opbrengst (TO) kent een maximum en de gemiddelde opbrengst (GO) daalt voortdurend. Ook de marginale opbrengst (MO) kent een dalend verloop: extra afzet kan uitsluitend tot stand komen door de prijs te laten dalen. Maximale totale winst vinden we bij $MO = MK$ (marginale opbrengst = marginale kosten). Het monopolie veroorzaakt welvaartsverlies doordat de prijs hoger ligt dan de maatschappelijke kosten. Dit welvaartsverlies kan grafisch worden weergegeven met de Harbergerdriehoek. De monopolist kan het consumentensurplus verder terugdringen door tot prijsdiscriminatie over te gaan, d.w.z. door op een aantal gescheiden deelmarkten verschillende prijzen te vragen.

5.3 Monopolistische concurrentie en oligopolie

Hoe komen de prijzen tot stand op andere markten waarop geen volledige mededinging bestaat?

Monopolistische concurrentie en oligopolie hebben monopolie-achtige trekken, omdat de aanbieders op dit soort markten – binnen zekere grenzen – de prijs kunnen bepalen. Bij monopolistische concurrentie, veel aanbieders en heterogene goederen, zal winst van één of meer bestaande aanbieders leiden tot toetreding van nieuwe aanbieders. De afzetlijn van de bestaande aanbieders verschuift naar links totdat de winst verdwenen is. De raaklijnsituatie die dan ontstaat, is kenmerkend voor deze marktform. Bij verlies zullen er aanbieders uittreden, waardoor de afzetlijn voor de blijvende aanbieders naar rechts verschuift. In beide gevallen neigt de winst naar nul. Bij het oligopolie, weinig aanbieders en vrijwel altijd heterogene goederen, is er vaak een marktleider die de toon zet. Doorgaans volgen andere partijen als de marktleider zijn prijs verandert. Er is vaak sprake van een zekere prijsstarheid bij deze marktform. Deze kan verklaard worden door de geknikte afzetlijn: verschuivingen van de kosten leiden binnen zekere grenzen niet tot een verandering van de prijs.

Samenvatting hoofdstuk 6 Overheidsingrijpen

6.1 **Waarom grijpt de overheid in?**

Welke motieven heeft de overheid om in te grijpen in het economisch proces?

In geval van marktfalen kan de overheid besluiten in te grijpen. Een bepaald soort goederen, de collectieve goederen, kan niet door de markt worden geproduceerd. Collectieve goederen kunnen niet in verkoopbare eenheden worden gesplitst. Dijken zijn een voorbeeld van een zuiver collectief goed. Quasi-collectieve goederen, zoals onderwijs, zouden wel door 'de markt' kunnen worden aangeboden. Toch bemoeit de overheid zich met dit type goederen om te voorkomen dat er slecht onderwijs voor minder gefortuneerde burgers ontstaat. Daarnaast zijn er negatieve externe effecten, schadelijke neveneffecten van de productie, die overheidsingrijpen nodig maken. Zonder overheidsingrijpen kan milieuvervuiling niet bestreden worden. Een derde argument heeft met de inkomensverdeling te maken. Vanuit politieke overwegingen is bijvoorbeeld een systeem van sociale zekerheid opgebouwd om ervoor te zorgen dat niemand onder een bepaald minimumniveau terecht komt. Ten slotte kunnen aanbieders op monopolieachtige markten misbruik maken van hun macht. Zo is er wetgeving ontwikkeld om kartelvorming tegen te gaan.

6.2/6.3 **Maximumprijzen**

Wat zijn de motieven voor en de gevolgen van het instellen van maximumprijzen en minimumprijzen?

De overheid kan een maximumprijs instellen om de vrager tegen te hoge prijzen te beschermen. Een maximumprijs die lager is dan de evenwichtsprijs bij volledige mededinging leidt tot een tekort, ten gevolge waarvan een zwarte markt kan ontstaan. Een maximumprijs bij volledige mededinging leidt tot welvaartsverlies (Harbergerdriehoek). Ook bij het monopolie kan een maximumprijs worden ingesteld. Op die manier kan het aanvankelijke, door het monopolie veroorzaakte, welvaartsverlies worden verminderd. Minimumprijzen zijn bedoeld om de aanbieder te beschermen. Bij volledige mededinging leidt een minimumprijs die hoger is dan de evenwichtsprijs tot een overschot, reden waarom de overheid kan overgaan tot het opkopen van dat overschot. Ook het instellen van een minimumprijs zal tot welvaartsverlies leiden (Harbergerdriehoek).

6.4 **Heffingen en subsidies**

Wat zijn de motieven voor en de gevolgen van het heffen van indirecte belastingen en het verstrekken van subsidies?

De overheid kan indirecte belastingen heffen, zoals btw en accijnzen, en ze kan subsidies verlenen. Het motief kan zijn ontmoediging van de productie, bijvoorbeeld in geval van milieuvervuiling of juist stimulering van de productie, bijvoorbeeld in geval van toneelvoorstellingen of bibliotheken. Indirecte belastingen worden op de consument afgewenteld, maar het afwentelpercentage is vrijwel altijd lager dan 100%. Het welvaartseffect van indirecte belastingen is alleen bij benadering vast te stellen. Het totale surplus neemt af, maar je kunt aannemen dat de belastingopbrengst wordt aangewend om 'elders' in de samenleving de welvaart te verhogen. Ook het welvaartseffect van subsidies is moeilijk vast te stellen. Het totale surplus neemt toe, maar de subsidies worden via belastingheffing 'elders' aan de samenleving onttrokken.

6.5 **Overig overheidsingrijpen**

Welke instrumenten heeft de overheid nog meer en hoe werken deze instrumenten?

Economie Integraal

De overheid kan productiequota opleggen, bijvoorbeeld in geval van overbevissing. Zo kunnen negatieve externe effecten van de productie beperkt worden. Daarnaast zijn er diverse toezichthoudende instanties. De Autoriteit Consument & Markt (ACM) moet kartelvorming opsporen en beboeten. Daarnaast waakt de ACM voor ongewenste vormen van concentratie.

Naast de ACM zijn er meer toezichthoudende instanties, zoals De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.