

# Economie Integraal vwo 2e druk

## 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 waar een bepaald product wordt verhandeld. Vaak is dat product ook aanwezig 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 zijn zoveel 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 wijze van aanbieden is 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 uitreding.

### 4.2 *Marktevenwicht 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. 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 marktprijs voor de winst van de individuele onderneming?*

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 *bedrijfstakeevenwicht*.

### 4.4 *Economisch surplus en volledige mededinging*

*Hoe beïnvloeden prijzen de verdeling van het economisch surplus?*

De omvang van producenten- en consumentensurplus zegt iets over de doelmatigheid van de allocatie. Als het economisch surplus (de som van consumenten- en producentensurplus) maximaal is, is ook de allocatie optimaal.

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 marktvorm 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 marktvorm 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.