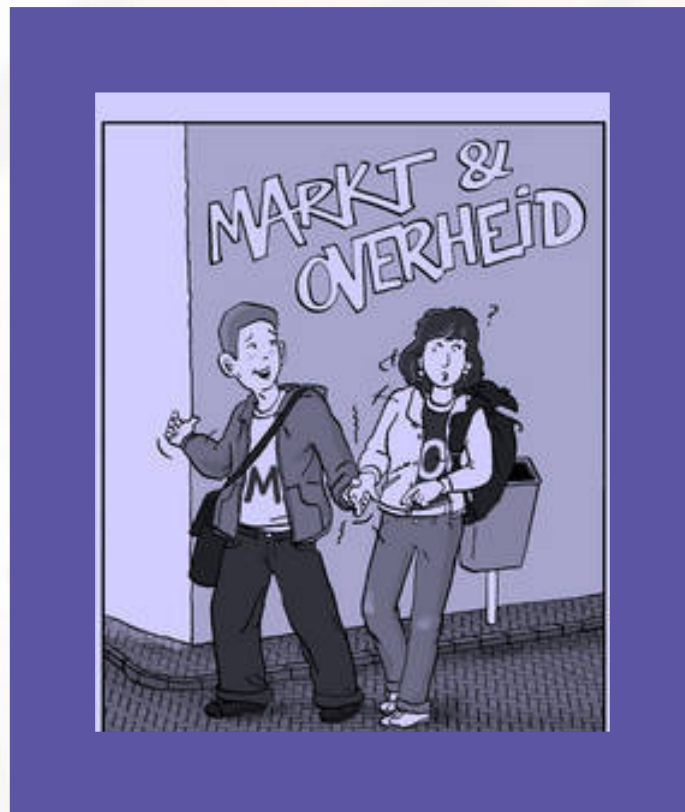


# Boekje Markt & Overheid Samenvattingen + overige voorbereiding voor de toets

# Economie



## Inhoud:

<i>Wat?</i>	<i>blz.</i>
h1 samengevat	2
h2 samengevat	3
h3 samengevat	3, 4 & 5
h4 samengevat	5
h5 samengevat	6 & 7
h6 samengevat	7
h7 samengevat	8
wat moet weten	9, 10 & 11
Links	11
Begrippen	12 t/m 16
Test je zelf	17 t/m 23
Antwoorden test	24 t/m 29

# H1 De telefoniemarkt Samenvatting

## Volkomen concurrentie

Een markt van volkomen concurrentie of volledige mededinging kenmerkt zich door:

- een groot aantal aanbieders: een individuele producent is klein en heeft geen invloed op de prijs.
- een homogeen product: voor de consument zijn alle exemplaren van het product identiek.
- transparante (doorzichtige) markt: vragers naar en aanbieders van het product zijn op de hoogte van het totale aanbod. Op een transparante markt is slechts één prijs mogelijk, namelijk de laagste.
- vrije toe- en uitreding: er zijn geen belemmeringen om tot een markt toe te treden of eruit te stappen.

## Hoeveelheidsaanpasser

De individuele aanbieder heeft geen invloed op de prijs. De prijs is voor de individuele aanbieder een gegeven. Omdat hij streeft naar maximale winst, zal hij net zoveel producten aanbieden dat zijn winst maximaal is. Hij past dus zijn hoeveelheid aan. Daarom heet een aanbieder op een markt van volkomen concurrentie een hoeveelheidsaanpasser.

$$\text{Prijselasticiteit van de vraag} = \frac{\text{Procentuele verandering van de vraag}}{\text{Procentuele verandering van de prijs}}$$

## Optimale allocatie van productiefactoren.

Het vrije spel van vraag en aanbod wordt ook wel het marktmechanisme of prijsmechanisme genoemd. Als de vraag naar een product toeneemt, stijgt de prijs en krijgen aanbieders de prikkel om meer te gaan produceren, zodat in de extra vraag wordt voorzien. Omgekeerd zullen aanbieders bij een afnemende vraag en dalende prijzen minder aanbieden omdat de productie minder winstgevend is. Door het prijsmechanisme worden de productiefactoren (arbeid, kapitaal, natuur en ondernemerschap) zo ingezet dat zij het beste in de behoeften voorzien. Dit heet optimale allocatie van productiefactoren.

## Maximale totale winst

Marginale kosten (MK) zijn de kosten van een extra geproduceerde eenheid.

Marginale opbrengsten (MO) zijn de opbrengsten van een extra geproduceerde en verkochte eenheid.

Zolang de MO groter zijn dan de MK, stijgt de winst.

## Constante en variabele kosten

Constante kosten zijn kosten die niet veranderen bij een toe- of afname van de productie.

Variabele kosten zijn kosten die veranderen bij een toe- of afname van de productie.

Bij proportioneel variabele kosten zijn de marginale kosten gelijk aan de gemiddeld variabele kosten. Bij degressief variabele kosten dalen de gemiddeld variabele kosten bij toename van de productie (kortingen) en bij progressief variabele kosten stijgen de gemiddeld variabele kosten bij een toename van de productie (overwerk).

## H2 Van monopolie macht tot privatiseren Samenvatting

### Monopolist

Een monopolist is alleenheerser op een markt omdat hij de enige aanbieder is. In theorie kan hij zelf bepalen welke prijs hij vraagt voor zijn product. Daarom noemen wij hem een prijszetter. Toch is de macht van een monopolist niet onbeperkt.

Een monopolist kan voor een product niet meer vragen dan klanten bereid zijn te betalen. De betalingsbereidheid van de consument is af te leiden uit de collectieve vraaglijn. De collectieve vraaglijn is tevens de prijsafzetlijn van de monopolist want deze geeft weer hoeveel de monopolist verkoopt bij verschillende prijzen.

In tegenstelling tot de markt van volkomen concurrentie waar de prijsafzetlijn een horizontaal verloop heeft (de prijs is daar een gegeven) heeft de prijsafzetlijn van de monopolist een dalend verloop. Naarmate de prijs daalt zal de monopolist meer verkopen.

### Totale winst

Een monopolist kan streven naar maximale omzet, kostendekking (break-evenafzet) of maximale totale winst ( $MO = MK$ ).

Voor elke onderneming geldt dat de totale winst toeneemt zolang bij uitbreiding van de productie  $MO > MK$ .

$$TW = TO - TK \text{ en } TW = (GO - GTK) \cdot q.$$

### Prijsdiscriminatie

Al een monopolist verschillende prijzen in rekening brengt aan verschillende groepen consumenten voor hetzelfde product dan is er sprake van prijsdiscriminatie. Prijsdiscriminatie is alleen mogelijk als de zogenaamde deelmarkten strikt gescheiden zijn.

### Privatiseren

Privatiseren is het overhevelen van taken/productie van de overheid naar de marktsector (private sector). Door concurrentie gaan de prijzen omlaag en de kwaliteit omhoog. Maar privatisering kan ook leiden tot onverantwoorde risico's, winststreven dat ten koste gaat van de service en de kwaliteit en slechtere lonen en arbeidsvoorwaarden voor het personeel.

## H3 Meerdere aanbieders Samenvatting

In dit hoofdstuk aandacht voor de markt vormen oligopolie (homogeen en heterogeen) en monopolistische concurrentie. De verdeling van de marktaandeelen tussen de verschillende aanbieders op een bepaalde markt geeft inzicht in markt vorm. Zijn er slechts enkele aanbieders die 85% van het marktaanbod vertegenwoordigen, dan is er sprake van een oligopolistische markt vorm. Het marktaandeel kan uitgedrukt worden in aantallen of in geld.

$$\text{marktaandeel} = \frac{\text{aanbod eigen bedrijf}}{\text{totaal aanbod}} \cdot 100\%$$

$$\text{marktaandeel} = \frac{\text{aanbod eigen bedrijf} \cdot \text{prijs}}{\text{totale omzet}} \cdot 100\%$$

### Marktgedrag/marktstrategie

Op een bepaalde markt kunnen bedrijven elkaar beconcurreren of samenwerken. Concurrentie kan betrekking hebben op de prijs en kan leiden tot een ware prijsoorlog. De winnaars veroveren het marktaandeel van de verliezers: zie de prijsoorlogen tussen de supermarkten.

Ook het maken van reclame kan een strategie zijn om het marktaandeel te vergroten. Een andere mogelijkheid is productdifferentiatie. Door een product een of meer eigen kenmerken te geven kan een bedrijf zich profileren en klanten af snoepen van de concurrent. Denk in dit verband maar aan iPhone van Apple. Ook de service, aankleding van de winkel, de kwaliteit, etc. kan een middel zijn om de concurrent af te troeven.

Samenwerken leidt veelal tot betere resultaten (meer winst) voor de betreffende bedrijven dan concurreren. Dit kan door overname van een of meerdere concurrenten of door afspraken te maken. Als bedrijven onderling afspraken maken, bijvoorbeeld over de prijs of het afzetgebied, met

het doel de concurrentie te beperken, is er sprake van een kartel. Kartels zijn bij wet verboden en dus is het maken van afspraken niet mogelijk.

### **Oligopolie**

De marktform oligopolie kenmerkt zich door een beperkt aantal aanbieders met een relatief groot marktaandeel. Voorbeelden van oligopolistische markten zijn de markten voor auto's, computers, benzine, medicijnen, etc. Het aantal aanbieders op een oligopolistische markt is beperkt omdat er hoge toetredingsbarrières zijn. Die toetredingsbarrières kunnen te maken hebben met schaalvoordelen, verzonken kosten en octrooien.

### **Schaalvoordelen**

Een belangrijke oorzaak van het ontstaan van oligopolies is het bestaan van schaalvoordelen. Veel producten kunnen alleen winstgevend worden aangeboden als ze op grote schaal worden geproduceerd. Denk in dit verband aan mobiele telefonie waar grote investeringen gedaan moeten worden in zend- en ontvangstmasten om communicatie mogelijk te maken. Gebrek aan schaalgrootte vormt voor nieuwkomers een probleem.

### **Verzonken kosten**

Investeringskosten die bij terugtrekking niet meer te gelde kunnen worden gemaakt, zijn verzonken kosten. Naarmate de verzonken kosten hoger zijn, zijn de verliezen van een mislukte toetreding hoger en dat schrikt potentiële toetreders af. Verzonken kosten kunnen er toe leiden dat samenwerking tussen twee partijen niet tot stand komt omdat de ene partij een grotere onderhandelingsmacht heeft doordat de tegenpartij een investering moet doen die bij terugtrekking niets meer oplevert.

### **Octrooi**

Op oligopolistische markten vinden veel innovaties plaats (productdifferentiatie). Om de kennis af te schermen van de concurrentie kan een onderneming op een uitvinding octrooi aanvragen. Hierdoor heeft een ondernemer jarenlang het alleenrecht op het commerciële gebruik van de uitvinding.

Een oligopolist hoeft niet altijd een grote onderneming te zijn. Twee supermarkten in een afgelegen dorp zijn ook oligopolisten.

Bij de marktform oligopolie kan er onderscheid gemaakt worden tussen homogeen en heterogeen oligopolie.

### **Homogeen oligopolie**

De marktform homogeen oligopolie kenmerkt zich door een beperkt aantal aanbieders en een homogeen product. In de ogen van de consument zijn alle producten op die markt identiek. Voorbeelden van de homogeen oligopolistische marktformen zijn de markt voor mobiele telefonie en de oliemarkt. Als slechts twee oligopolisten de markt in handen hebben, spreken we van een duopolie.

Omdat het product in de ogen van de consument identiek is, zal concurrentie zich toespitsen op de prijs. Concurrenieren op de prijs zal uiteindelijk leiden tot een situatie die overeenkomt met het evenwicht bij volledige mededinging (producentensurplus gelijk aan nul).

Een andere vorm van marktgedrag is samenwerken. Door samenwerken ontstaat een situatie vergelijkbaar met de monopolistische marktform. Het aanbod c.q. de prijs wordt dan zo gekozen dat de winst maximaal is. Vervolgens moeten er afspraken gemaakt worden over de verdeling van het totale aanbod. Zoals reeds eerder vermeld is er hierbij sprake van een kartel en kartels zijn verboden.

### **Heterogeen oligopolie**

De marktform heterogeen oligopolie kent ook weer een beperkt aantal aanbieders. Bij een heterogeen oligopolie heeft elke aanbieder een eigen klantenkring en kan de aanbieder binnen zekere grenzen de prijs zelf bepalen. Het bepalen van de prijs is beperkt omdat klanten kunnen overlopen naar de concurrent. Hoe groot het aantal overlopers is hangt af van de mate waarin de klanten trouw blijven aan hun merk. Ondernemingen op de marktform heterogeen oligopolie houden rekening met elkaars prijzen. Een prijsverhoging door de een kan er toe leiden dat klanten weglopen. De prijzen vertonen daardoor een zekere starheid (prijsstarheid). Er is sprake van prijsleiderschap als een van de producenten de markt domineert. De andere producenten volgen de prijs van leider waardoor er een soort niet-aanvalsverdrag bestaat.

### Marktgedrag bij dominante strategieën

Stel dat twee fabrikanten Samsung en Nokia de keuze hebben tussen een hoge prijs vast te stellen of een lage prijs, dan zullen zij bij hun beslissing rekening houden met de keuze van de ander. Stel de volgende uitbetalingsmatrix:

		Samsung	
		hoge prijs	lage prijs
Nokia	hoge prijs	800, 800	400, 1.200
	lage prijs	1.200, 400	500, 500

De dominante strategie is hier voor beide ondernemingen een lage prijs. Hoewel samenwerking voor beide bedrijven meer winst oplevert, komt deze niet vanzelf tot stand. Hiervoor is een bindend contract nodig (kartelvorming), maar dat is juist verboden. In Nederland en ook in Europa zijn er diverse instanties die toezicht uitoefenen op de verschillende markten. Het toezicht is vooral gericht op het bevorderen van concurrentie en tegen kartelafspraken tussen ondernemingen.

### Monopolistische concurrentie

Bij deze marktform zijn er veel aanbieders en is het product heterogeen. Monopolistische concurrentie lijkt op monopolie, maar ook op volkomen concurrentie. Door productdifferentiatie heeft de onderneming een eigen product en een eigen unieke vraaglijn of prijsafzetlijn gecreëerd. Binnen de klantenkring van zijn product is de ondernemer monopolist (enige aanbieder) en kan hij binnen beperkte grenzen een eigen prijs kiezen en winst maken: hij is dus beperkt prijszetter. De gelijkenis met volkomen concurrentie is dat er veel aanbieders zijn met ieder een eigen deelmarkt die wel heel dicht tegen elkaar aanschuren. Een voorbeeld van de markt van monopolistische concurrentie is de markt van abonnementen voor mobiele telefonie.

### Overeenkomsten en verschillen tussen marktvormen

De macht die een producent op een markt heeft, is afhankelijk van de mate van concurrentie tussen producenten. De mate van concurrentie wordt bepaald door het aantal aanbieders en het soort product (homogeen of heterogeen). Het aantal aanbieders en het soort product zegt iets over de marktform waarbinnen een producent opereert. Bij volkomen concurrentie hebben aanbieders geen enkele invloed op de prijs: de prijs is een gegeven. Een monopolist daarentegen bepaalt zelf de prijs. Oligopolisten hebben enige invloed op de prijs al moeten ze wel rekening houden met de naaste concurrenten. Bij monopolistische concurrentie hebben aanbieders beperkte invloed op de prijs.

## H4 De markt levert niet altijd de juiste prijs Samenvatting

### Marktfalen

De uitkomsten van de vrije markt zijn ongewenst als de prijzen te hoog of te laag zijn, de markt goederen produceert die niet gewenst zijn of te veel of te weinig goederen produceert. We spreken dan van marktfalen. Door prijsregulering kan de overheid te hoge of te lage prijzen aanpakken.

#### Maximumprijs

Een maximumprijs (of maximumtarief) is ingevoerd om de consument te beschermen tegen te hoge prijzen. Blijkbaar is de concurrentie op de markt onvoldoende om hoge prijzen te voorkomen. Door het instellen van een maximumprijs (ligt onder de evenwichtsprijs) ontstaat er een vraagoverschot of aanbodtekort. Een voorbeeld van een maximumprijs is de huur van woningwetwoningen.

#### Minimumprijs

Een minimumprijs beschermt de producent tegen een te lage prijs. Om boeren een redelijk inkomen te verschaffen zijn er door de Europese overheid minimumprijzen ingevoerd voor bepaalde landbouwproducten als graan, melk en boter.

Minimumprijzen worden ook wel garantieprijzen (de overheid garandeert die prijs) of interventieprijzen (de overheid intervenueert) genoemd. Bij minimumprijzen ontstaan er aanbodoverschotten (vraagtekorten) die door de overheid opgekocht worden tegen de minimumprijzen. Omdat de minimumprijs voor melk geleid heeft tot zeer grote overschotten, is de minimumprijs op melk vervangen door een quotumsysteem. Melkboeren mogen slechts een bepaalde maximumhoeveelheid melk produceren. Als ze meer produceren krijgen ze een boete.

**Toezichhouders**

Er zijn diverse toezichhoudende instanties door de overheid opgericht met het doel om de concurrentie te bevorderen (NMa, OPTA), de consumenten te beschermen (VWA, Consumentenautoriteit) en toezicht te houden op de financiële markten (AFM).

**Fuseren en overnemen**

Bij een fusie gaan bedrijven samen in een nieuw bedrijf. Bij overname koopt een sterk (groter) bedrijf een zwakker (kleiner) bedrijf op, meestal door meer dan helft van de aandelen op te kopen. Fusies en overnames leiden tot een grotere concentratie van marktmacht. Marktmacht kan tot gevolg hebben dat producenten zich een groter deel van het surplus toe-eigenen.

**Octrooi en monopolieacht**

Een octrooi is het alleenrecht op het maken of laten maken van een product voor een bepaalde tijd. Een onderneming kan hierdoor functioneren als een monopolist, de onderneming is prijszetter. Een hoge prijs maakt het mogelijk om de ontwikkelingskosten terug te verdienen. Dit gebeurt heel veel bij de ontwikkeling van medicijnen.

**Meeliften en zelfbinding**

Meeliftgedrag kan voor het individu heel rationeel zijn, maar kan er ook toe leiden dat een bepaald (door ieder) gewenst resultaat niet bereikt wordt.

Zelfbinding vergroot het vertrouwen en verlaagt de transactiekosten. Eenmaal gemaakte afspraken dienen nagekomen te worden. Gebeurt dit niet (ontbreekt zelfbinding) dan wordt het moeilijker om afspraken te maken en zullen er meer kosten gemaakt moeten worden om tot gedegen afspraken te komen.

**Samenwerking**

Wanneer voor het bereiken van een bepaald resultaat de inzet en samenwerking van allen of een groep personen gewenst is, kan het voor een individu toch aantrekkelijk zijn om mee te liften in plaats van zijn/haar bijdrage te leveren. Een hoog normbesef (ik moet daar mijn bijdrage aan leveren) kan meeliftgedrag moeilijker maken, maar niet geheel voorkomen. Soms is dwang noodzakelijk (bijvoorbeeld belastingen) om zich te verzekeren van de inzet van allen.

Collectieve, quasicollectieve en individuele goederen.

Voorbeelden van collectieve goederen zijn: dijken, straatverlichting, rechtspraak en openbare orde.

Kenmerkend voor collectieve goederen is het feit:

- dat er geen individuele prijs vast te stellen is;
- dat niemand er van uitgesloten kan worden (ook zij die niet betalen genieten van de bescherming van de dijk);
- dat het niet-rivaliserend is (of er nu 50 of 5.000 mensen achter de dijk wonen).

Deze kenmerken maken het onmogelijk om deze goederen door de markt te leveren. Het is de overheid die met collectieve dwang (belastingheffing) kan zorgen dat iedereen een bijdrage levert voor de realisatie van de collectieve goederen.

Een goed dat uitsluitbaar en rivaliserend is, bijvoorbeeld brood, noemen we een individueel goed. Zij worden door de markt geleverd.

Individuele goederen die door de overheid geleverd worden noemen we quasicollectieve goederen.

Voorbeelden zijn onderwijs, zorg en de diensten van een bibliotheek. De overheid levert deze diensten omdat:

- zij die diensten voor iedereen toegankelijk wil maken, ook voor mensen met een laag inkomen;
- zij de consumptie van die diensten belangrijk vindt en er anders (zonder subsidie) een te hoge prijs voor de consument in rekening wordt gebracht waardoor de consument geen gebruik maakt van die diensten.

### **Negatieve en positieve externe effecten**

Negatieve externe effecten zijn nadelige gevolgen van productie en consumptie die niet in de prijs van het product zijn opgenomen. De producent houdt bij zijn berekeningen alleen rekening met de interne of private kosten. Dat zijn de werkelijke uitgaven. De externe kosten, zoals stankoverlast, CO<sub>2</sub>-uitstoot, etc. zijn voor de producent geen kosten. Voor de maatschappij als geheel behoren deze externe kosten wel tot de kosten. Gevolg is dat deze producten te goedkoop worden aangeboden en er maatschappelijk gezien teveel van wordt geproduceerd en geconsumeerd.

Om de negatieve externe effecten te verminderen kan de overheid:

- de productie ervan verbieden (cfk's in koelkasten);
- heffing opleggen zodat het extern effect geheel of gedeeltelijk intern wordt gemaakt (accijns).

Door accijns op benzine te heffen komen de private kosten van het autorijden dichterbij de maatschappelijke kosten.

Positieve externe effecten zijn gevolgen van productie en consumptie waarvan anderen dan de producent/consumptie profiteren. Denk in dit verband aan een mooie tuin voor het huis, een oud maar nog goed onderhouden pand in de binnenstad, etc. Door subsidies en belastingkortingen kan de overheid het optreden van positieve externe effecten stimuleren.

Negatieve en positieve externe effecten betekenen dat de marktuitsluiting niet overeenkomt met de maatschappelijk gewenste uitkomst: de markt faalt.

### **Meelifter en externe effecten**

Ook de meelifter veroorzaakt een negatief extern effect. Wanneer het aantal meelifters te groot is gaat een project niet door en ontstaat er een collectief verlies aan welvaart. Ook als het project wel doorgaat veroorzaakt de meelifter een negatief extern effect: de anderen moeten immers een hogere bijdrage leveren.

## **H6 Wat moet ik met mijn oude telefoon? Samenvatting**

### **Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen**

Bij maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) houden bedrijven rekening met de drie p's: people, planet, profit.

#### **People**

Hierbij gaat het zowel om het eigen personeel, hoe is de medezeggenschap geregeld, hoe is de man-vrouwverhouding, worden er minder valide arbeidskrachten en langdurig werklozen te werk gesteld, als om de mensen buiten het bedrijf zoals de behartiging van de mensenrechten, kinderarbeid, omkoping en fraude en het armoedevraagstuk.

#### **Planet**

Hierbij wordt aandacht besteed aan de gevolgen van de productie voor het milieu. Wordt er milieuvriendelijk geproduceerd, is er sprake van duurzame technologische ontwikkelingen en worden afgedankte producten gerecycled.

#### **Profit**

Op welke manier wordt winst gemaakt en wat wordt er met de winst gedaan.

### **Duurzaam produceren**

Bij bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen, gaat duurzaamheid van produceren voor de winstgevendheid op korte termijn. Duurzaam produceren betekent dat de productie van nu niet ten koste gaat van de productiemogelijkheden in de toekomst.

### **Welvaart**

Hoe meer we produceren en consumeren, hoe hoger het nationaal product en hoe hoger de welvaart. Maar meer produceren en consumeren staat in strijd met duurzaamheid. Wordt duurzaamheid meegenomen in het begrip welvaart, dan vermindert de welvaart door de manier waarop er nu geproduceerd/geconsumeerd wordt.

# H7 Bedrijven Samenvatting

## Rechtsvormen

De vier belangrijkste rechtsvormen voor bedrijven zijn de eenmanszaak, de vennootschap onder firma (vof), de besloten vennootschap (bv) en de naamloze vennootschap (nv).

### Eenmanszaak

Kenmerkend voor de eenmanszaak is het feit dat deze geleid wordt door één persoon die tevens eigenaar is van het bedrijf. Daarnaast is er geen scheiding van privévermogen en het vermogen van de onderneming. Dit betekent dat de eigenaar met zijn privévermogen aansprakelijk is voor de schulden van het bedrijf. Kan het bedrijf haar schulden niet betalen, dan wordt het privévermogen (huis, auto, etc.) van de eigenaar aangesproken. Veel kleine bedrijven zijn eenmanszaken, vaak hebben ze geen personeel. We spreken in dat geval van zelfstandigen zonder personeel (zzp'er).

### Vennootschap onder firma

Wanneer enkele zelfstandigen willen samenwerken, bijvoorbeeld omdat ze samen een groter vermogen bij elkaar kunnen brengen, dan kunnen ze dat doen in de vorm van een vennootschap onder firma. De betrokkenen, firmanten genoemd, leiden de onderneming en zijn samen eigenaar. Omdat er meerdere firmanten zijn is specialisatie mogelijk. Zo kan de ene firmant de marketing doen, de ander personeelszaken en een derde de financiering. Elk van de firmanten is hoofdelijk aansprakelijk voor de schulden van de onderneming. Dit wil zeggen dat elk van de firmanten met zijn privévermogen aansprakelijk is voor alle schulden van de firma.

### Besloten vennootschap

Met het oprichten van een besloten vennootschap kan het privévermogen afgeschermd worden voor schuldeisers van de onderneming. De vennoten nemen elk voor een bepaald bedrag deel in het eigen vermogen van de onderneming. Hun aansprakelijkheid beperkt zich tot het bedrag dat ze hebben ingelegd. Dat is mogelijk omdat de bv (net als de nv) een rechtspersoon is. Een rechtspersoon kan zelfstandig schulden aangaan. De aandeelhouders zijn voor deze schulden niet aansprakelijk, waardoor hun privévermogen buiten schot blijft.

Besloten vennootschappen zijn vaak familiebedrijven. De directeuren zijn in loondienst van de nv, maar hebben meestal ook de aandelen in handen. Zij krijgen als werknemer een loon en als aandeelhouder een deel van de winst: het zogenaamde dividend. De aandelen van een bv staan op naam en kunnen alleen met toestemming van de aandeelhouders aan iemand anders worden overgedragen.

### Naamloze vennootschap

Als een onderneming grote bedragen aan kapitaal nodig heeft is de bv minder geschikt en is de nv een beter alternatief. De aandelen van de nv staan niet op naam en zijn daarom vrij verhandelbaar op de effectenbeurs. Hierdoor kan een nv een veel groter vermogen aantrekken. De bezitters van de aandelen, aandeelhouders genoemd, hebben letterlijk een aandeel in het eigen vermogen van de onderneming en zijn voor de grootte van dat aandeel, eigenaar van de onderneming. Het aandeel geeft de aandeelhouder recht op een deel van de winst. Bij de nv is de dagelijks leiding verder losgekoppeld van de eigenaars dan bij de bv. De aandeelhouders worden vertegenwoordigd door de Raad van Commissarissen die de Raad van Bestuur (de directie) van de onderneming controleert. De directie voert de dagelijkse leiding van het bedrijf. De directeuren zijn werknemers van het bedrijf.

### Fiscale verschillen

De winst van een bv/nv valt onder de vennootschapsbelasting terwijl de winst van de eenmanszaak en de vof op de inkomensheffing valt. De inkomensheffing kan oplopen tot 52 procent, terwijl de vennootschapsbelasting ongeveer 25 procent is.

### Hoe komen bedrijven aan hun geld?

Op de eerste plaats is dat eigen geld dat ze in de zaak stoppen, we noemen dat eigen vermogen. Hiernaast kan geld geleend worden bij banken of andere personen, we noemen dit vreemd vermogen. Vreemd vermogen moet terugbetaald worden (aflossen) en over vreemd vermogen of schulden moet rente betaald worden. Hoe hoger het risico van een lening, hoe hoger de rente. Soms eist de geldgever (kredietverlener) een onderpand. Een voorbeeld van een lening met onderpand is een hypothecaire lening.

# Wat moet je kunnen/weten?

## “hoofdstuk 1”

- de kenmerken van de marktvorm volkomen concurrentie benoemen.
- uitleggen hoe het marktmechanisme werkt.
- met behulp van een vraagfunctie en aanbodfunctie de evenwichtsprijs, de evenwichtshoeveelheid en de evenwichtsomzet berekenen.
- de vraaglijn en de aanbodlijn in een grafiek tekenen.
- verschuivingen van de collectieve vraaglijn en aanbodlijn verklaren.
- gevolgen van verschuivingen van de vraaglijn en de aanbodlijn voor het markt-evenwicht beschrijven.
- de prijselasticiteit van de vraag berekenen en de betekenis ervan uitleggen.
- gevolgen van het prijsmechanisme voor de allocatie van productiefactoren verklaren.
- kostenfuncties en opbrengstenfuncties in een grafiek tekenen.
- voorbeelden geven van constante kosten en variabele kosten.
- verklaren dat een producent winst maakt als de totale opbrengst hoger is dan de totale kosten en dit zowel grafisch als rekenkundig onderbouwen.
- met behulp van kosten- en opbrengstenfunctie de break-evenafzet berekenen.
- het break-evenpunt grafisch bepalen als snijpunt van de TO-lijn en de TK-lijn en als snijpunt van de GO-lijn en de GTK-lijn.
- met behulp van het break-evenpunt de break-evenafzet en de break-evenomzet op de assen tekenen.
- met voorbeelden uitleggen dat het break-evenpunt een belangrijk omslagpunt is bij de afweging om wel of niet toe te treden tot een markt.
- met behulp van kosten- en opbrengstenlijn de afzet met maximale totale winst afleiden en dit grafisch weergeven.

## “hoofdstuk 2”

- voorbeelden noemen van monopolistische markten.
- de kenmerken van de marktvorm monopolie beschrijven.
- het gedrag van de monopolist beschrijven.
- de voordelen en nadelen van privatiseren beschrijven.
- uitleggen dat privatiseren de personele inkomensverdeling kan beïnvloeden.
- verklaren op welke wijze een producent streeft naar maximale winst als er sprake is van een monopolie.
- de prijs, de hoeveelheid en de omzet bepalen bij een monopolist die streeft naar maximale winst en dit grafisch weergeven.
- de break-evenafzet bepalen bij monopolie en daarbij de prijs, de hoeveelheid en de omzet berekenen en het break-evenpunt grafisch weergeven.
- met voorbeelden uitleggen wanneer, waarom en op welke wijze het voor producenten zinnig is prijsdiscriminatie toe te passen.
- met voorbeelden uitleggen wanneer, waarom en op welke wijze het voor producenten voordelig is prijsdiscriminatie toe te passen.
- de afzet met maximale omzet vaststellen en daarbij de prijs, de hoeveelheid en de omzet grafisch bepalen.

### “hoofdstuk 3”

- voorbeelden noemen van markten van monopolistische concurrentie.
- de kenmerken van de marktvorm van monopolistische concurrentie beschrijven.
- het marktgedrag van de aanbieders op een markt van monopolistische concurrentie beschrijven.
- uitleggen op welke wijze producenten streven naar maximale winst bij monopolistische concurrentie.
- voorbeelden noemen van markten van oligopolie.
- de kenmerken van de marktvorm oligopolie beschrijven.
- het marktgedrag van aanbieders op een markt van oligopolie beschrijven.
- verschillende marktstrategieën onderscheiden.
- uitleggen op welke wijze producenten streven naar maximale winst bij een oligopolie.
- marktgedrag van ondernemingen kunnen verklaren in het geval van dominante strategieën.
- uitleggen welke samenwerkingsdilemma's ontstaan bij onderhandelingen als het gaat om de verdeling van het surplus en de consequenties hiervoor voor de onderhandelende partijen toelichten.
- voorbeelden geven van verzonken kosten en verklaren wat de gevolgen kunnen zijn van hoge verzonken kosten voor producenten.
- uitleggen dat de overheid met behulp van toezichthouders op verschillende markten kan optreden.

### “hoofdstuk 4”

- Voordelen en nadelen noemen van een collectieve arbeidsovereenkomst ten opzichte van
- uitleggen waarom de markt soms faalt.
- uitleggen waarom de overheid een maximumprijs vaststelt.
- uitleggen dat bij een maximumprijs een vraagoverschot ontstaat en het vraagoverschot grafisch aangeven.
- uitleggen waarom de overheid een minimumprijs vaststelt.
- uitleggen dat bij een minimumprijs een aanbodoverschot ontstaat en het aanbodoverschot grafisch aangeven.
- verklaren dat het mechanisme van vraag en aanbod kan leiden tot inefficiënte uitkomsten.
- beschrijven dat de overheid kan ingrijpen met behulp van prijsregulering (minimumprijzen en maximumprijzen) en dit ingrijpen grafisch onderbouwen.

### “hoofdstuk 5”

- Uitleggen dat marktevenwicht ontstaat als vraag en aanbod aan elkaar gelijk zijn en dit zowel grafisch • het dilemma beschrijven waar de overheid voor staat bij het verstrekken van octrooien.
- effecten van octrooien op marktgedrag en marktresultaat herkennen.
- met voorbeelden uitleggen dat bij collectieve goederen sprake kan zijn van een gevangenendilemma.
- de dominante strategie bepalen in een gevangenendilemma.
- uitleggen op welke manieren samenwerking tot stand kan komen in een gevangendilemma.
- collectieve en individuele goederen onderscheiden op basis van de eigenschappen uitsluitbaarheid en rivaliteit.
- onderscheid maken tussen collectieve, individuele goederen en quasicollectieve goederen.
- motieven noemen die de overheid heeft om individuele goederen te produceren.
- negatieve en positieve externe effecten beschrijven.
- private, externe en maatschappelijke kosten onderscheiden.
- aantonen dat sprake kan zijn van meeliftgedrag.
- met voorbeelden uitleggen waarom meeliftgedrag een vorm is van een extern effect.
- analyseren hoe de overheid het verschil tussen private en maatschappelijke kosten kan verkleinen.
- de invloed van zelfbinding verduidelijken bij de totstandkoming van samenwerking.
- uitleggen dat de overheid met behulp van toezichthouders op verschillende markten kan optreden.

### “hoofdstuk 6”

- uitleggen dat maatschappelijk verantwoord ondernemen negatieve externe effecten van productie vermindert.
- uitleggen dat er spanningen zijn tussen duurzaamheid als welvaartsmaatstaf en het nationaal inkomen of nationaal product als welvaartsmaatstaf.

### “hoofdstuk 7”

- de keuze omtrent het aantrekken van eigen en vreemd vermogen van een onderneming (eenmanszaak, vennootschap onder firma, besloten vennootschap, naamloze vennootschap) toelichten.
- voorbeelden geven van onderpand en uitleggen waarom onderpand het risico voor de kredietgever kan verminderen.
- verklaren dat de te kiezen ondernemingsvorm (wel of niet persoonlijk aansprakelijk) invloed heeft op het ondernemingsrisico.

## Links;

*Prijsvorming op de markt: filmpje van Teleac (15 minuten)*  
*Volkomen concurrentie deel 1: eigenschappen: video (4 minuten).*  
*Volkomen concurrentie deel 2: analyses: video (13 minuten).*  
*Volkomen concurrentie op lange termijn: video (10 minuten).*  
*Volkomen concurrentie: het tekenen van TK, TO, TCK, TW...: video (7 minuten).*  
*Maximale winst: video (8 minuten).*  
*Indien een of meer links niet of niet meer werken, gebruik dan een zoekprogramma b.v. <http://www.ilse.nl/> of <http://www.google.nl/>*

Prijskartel meelproducenten (geluidsfragment 5 minuten)  
Privatisering van infrastructurele werken: filmpje van Teleac (15 minuten).  
Break-evenpunt: video 8 minuten.  
Afromen van consumentensurplus: video 7 min.

Economie en Markt: introductiefilmpje over markten en markt vormen (27 minuten): Open Universiteit.  
Videofilm: De rol van Heineken op de Nederlandse biermarkt (35 minuten).  
Videofilm: Prijsafspraken in de bouw (bouwfraude) (39 minuten).  
Prijsoorlog: filmpje van Teleac (15 minuten)  
Clementieregeling NMA bij kartels ( 9,45 minuten).

De concurrenten: waarom en hoe ontstaan kartels (16 minuten).

De markt voor lesmethoden Economie (pdf-file).

Marktgedrag bij dominante strategie: uitleg: video 8 minuten.

Speltheorie: video 7 minuten.

Lenovo verslaat HP als grootste PC-leverancier: website.

Overheidsingrijpen in prijsvorming: filmpje van Teleac (15 minuten).

Uitleg over maximum en minimum prijs.

Accijnzen (SchoolTV; 8 minuten)

Welvaartseffecten van het internaliseren van externe effecten: rapport.

Praktisch advies van overheid over uw rechten als consument: website.

Collectieve goederen en externe effecten: lesmateriaal SLO.

Keurmerkinstituut: website.

Fair Trade: de naam zegt het al!

Schone kleren campagne: wie draagt er nog kleren die met kinderarbeid gemaakt zijn!

Triodos: ook banken kunnen maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Groene economie: een lachertje

Ondernemingsvormen: videofilm 20 min.

Rechtsvormen: videofilm van de Kamer van Koophandel (4 min).

# Begrippen

## “hoofdstuk 1”

### **break-evenafzet**

De afzet waarbij de totale opbrengst gelijk is aan de totale kosten: er wordt geen winst gemaakt.

### **constante kosten**

Kosten die niet veranderen als de omvang van de productie/afzet verandert.

### **doorzichtige markt (= transparante markt)**

De vragers naar en aanbieders van een product zijn op de hoogte van het totale aanbod (prijs en andere voorwaarden).

### **gemiddelde variabele kosten**

De variabele kosten per product. Berekening: de totale variabele kosten gedeeld door de geproduceerde hoeveelheid.

### **heterogeen product**

Goederen en diensten waarvan de exemplaren in de ogen van de consument verschillen. Het maakt uit van welke aanbieder het product afkomstig is.

### **homogeen product**

Goederen en diensten waarvan alle exemplaren in de ogen van de consument identiek zijn. Het maakt niet uit van welke aanbieder het product afkomstig is.

### **marginale kosten**

De extra kosten als de productie met één product wordt uitgebreid.

### **marginale opbrengst**

De extra opbrengst als de productie (en afzet) met één product wordt uitgebreid.

### **marktmechanisme (= prijsmechanisme)**

De prijs en de verhandelde hoeveelheid van een product komt tot stand door het vrije spel van vraag en aanbod. Er wordt precies evenveel aangeboden als gevraagd.

### **prijselasticiteit van de vraag**

De verandering van de vraag als gevolg van een verandering van de prijs.

### **prijsmechanisme (= marktmechanisme)**

De prijs en de verhandelde hoeveelheid van een product komt tot stand door het vrije spel van vraag en aanbod. Er wordt precies evenveel aangeboden als gevraagd.

### **transparante markt (= doorzichtige markt)**

De vragers naar en aanbieders van een product zijn op de hoogte van het totale aanbod (prijs en andere voorwaarden).

### **variabele kosten**

Kosten die veranderen als de productieomvang verandert.

### **volkomen concurrentie (= volledige mededinging)**

Een markt met homogene producten, waarop sprake is van vrije toetreding en transparantie. De aanbieder heeft geen invloed op de prijs. De aanbieder is een hoeveelheidsaanpasser.

### **volledige mededinging (= volkomen concurrentie)**

Een markt met homogene producten, waarop sprake is van vrije toetreding en transparantie. De aanbieder heeft geen invloed op de prijs. De aanbieder is een hoeveelheidsaanpasser.

### **vrije toe- en uittreding**

Er zijn geen belemmeringen om tot een markt toe te treden of eruit te stappen, bijvoorbeeld geen vestigingseisen

## “hoofdstuk 2”

### **betalingsbereidheid**

Het maximale bedrag dat een consument voor een product wil betalen.

### **break-evenafzet**

De afzet waarbij de totale opbrengst gelijk is aan de totale kosten: er wordt geen winst gemaakt.

### **collectieve vraaglijn**

Lijn die het verband weergeeft tussen de prijs en de door consumenten gevraagde hoeveelheid van een product. Bij een monopolist is deze lijn tevens de prijsafzetlijn.

### **gemiddelde opbrengst**

De opbrengst per product. De gemiddelde opbrengst is gelijk aan de totale opbrengst gedeeld door het aantal verkochte goederen of diensten. Als alle consumenten dezelfde prijs betalen voor een product is de gemiddelde opbrengst gelijk aan de prijs.

### **innoveren**

Vernieuwen van producten en/of productieprocessen.

**marginale kosten**

De extra kosten als de productie met één product wordt uitgebreid.

**marginale opbrengst**

De extra opbrengst als de productie (en afzet) met één product wordt uitgebreid.

**monopolist**

De enige aanbieder op een markt.

**prijsafzetlijn**

Deze lijn geeft weer hoeveel er verkocht wordt bij verschillende prijzen.

**prijdiscriminatie**

Producenten vragen verschillende prijzen vragen aan verschillende groepen consumenten voor hetzelfde product. Dit kan alleen als de deelmarkten strikt gescheiden zijn.

**privatiseren**

Productie van de overheid wordt overgeheveld naar de marktsector. De overheid stoot taken af waardoor deze in particuliere handen komen.

**procesinnovatie**

Het vernieuwen van het productieproces.

**productinnovatie**

Het invoeren van nieuwe of vernieuwde producten.

**totale opbrengst (= omzet)**

De waarde van de verkochte producten. Is te berekenen door: verkoopprijs  $\times$  afzet.

**“hoofdstuk 3”****duopolie**

Marktvorm met slechts twee aanbieders.

**heterogeen**

Verschillend.

**heterogeen oligopolie**

Een marktvorm waarop enkele aanbieders de macht hebben. Elke aanbieder heeft een eigen klantenkring omdat het product volgens de consument niet identiek is. Aanbieders kunnen binnen zekere grenzen de prijs zelf bepalen.

**homogeen**

Identiek.

**homogeen duopolie**

Een markt met twee aanbieders die een product aanbieden dat in de ogen van de consument hetzelfde is.

**homogeen oligopolie**

Een marktvorm waarop enkele aanbieders de macht hebben, terwijl het product dat ze aanbieden in de ogen van de consument hetzelfde is.

**kartel**

Aanbieders maken onderling afspraken met als doel de concurrentie te verminderen.

**kartelwaakhonden**

Door de overheid ingestelde toezichthouders op een markt die met name kartelafspraken dienen op te sporen.

**marktaandeel**

Het marktaandeel geeft weer welk deel van de totale markt in handen is van een onderneming. Het marktaandeel kan worden weergegeven in een percentage van de verkochte aantallen of in een percentage van de totale omzet. Degene met het grootste marktaandeel is marktleider.

**marktgedrag**

De verschillende strategieën die bedrijven kiezen in hun concurrentiestrijd met andere bedrijven om het vergroten van hun marktaandeel.

**marktvorm**

Het aantal aanbieders en het soort product bepalen de marktvorm.

**monopolie**

Marktvorm met slechts één aanbieder.

**monopolistische concurrentie**

Een marktvorm waarop de feitelijke verschillen tussen producten van verschillende aanbieders klein zijn, maar waarop consumenten de producten toch verschillend waarderen. Er zijn veel aanbieders en het product is heterogeen. Een ondernemer kan binnen zekere grenzen de prijs zelf bepalen.

**octrooi (= patent)**

Alleenrecht op het commerciële gebruik van een uitvinding.

**oligopolie**

Een marktform waarop enkele aanbieders de macht hebben.

**patent (= octrooi)**

Alleenrecht op het commerciële gebruik van een uitvinding.

**prijsleider**

De producenten die op een bepaalde markt de prijs bepalen. Dit doen zij over het algemeen doordat zij marktleiders zijn en dus een groot deel van de markt van een bepaald product in handen hebben.

**prijzenoorlog**

Door middel van het verlagen van de prijs het eigen marktaandeel vergroten.

**prijstarheid**

Als producenten bij prijsverhoging verwachten dat consumenten weglopen naar de concurrent, zullen zij ondanks stijgende kosten geneigd zijn de prijzen niet te verhogen.

**prijzetter**

Een producent kan binnen zekere grenzen de prijs bepalen.

**productdifferentiatie**

Het geven van eigen kenmerken aan een product met als doel het marktaandeel te vergroten. Het product wordt heterogener.

**schaalvoordelen**

Kostenvoordelen die ontstaan door productie op grote schaal.

**verzonken kosten**

Kosten die als ze eenmaal zijn gemaakt niet meer kunnen worden terugverdiend als een activiteit wordt gestaakt, omdat er geen andere gebruiksmogelijkheden zijn.

**“hoofdstuk 4”****aanbodoverschot**

Het aanbod is bij een bepaalde prijs groter dan de vraag.

**aanbodtekort**

Er is meer vraag dan aanbod naar een product.

**economische machtsvorming**

Bedrijven hebben zoveel macht dat zij zich kunnen gedragen als een monopolist. Hierdoor komt een lagere productie of een hogere prijs tot stand dan in een markt met volledige mededinging.

**garantieprijs**

Door de overheid gegarandeerde prijs die de aanbieder ontvangt voor zijn product.

**interventieprij**

Zie garantieprijs.

**maximumprijs**

Een door de overheid bepaalde prijs met als doel de consument te beschermen.

**minimumprijs**

Een door de overheid bepaalde prijs met als doel het aanbod te behouden en een redelijk inkomen voor de producenten.

**prijregulering**

Prijsbeïnvloeding door de overheid.

**quotumsysteem**

Producenten worden beperkt in de hoeveelheid die zij mogen produceren. Er is een wettelijk maximum vastgesteld.

**vraagoverschot**

Er is meer vraag dan aanbod naar een product.

**vraagtekort**

Er is meer aanbod dan vraag naar een product.

**“hoofdstuk 5”****collectieve dwang**

Druk die wordt uitgeoefend om te zorgen dat iedereen zich aan een regel houdt. Dit kan door vastgelegde regels (wetten) die met sancties worden gehandhaafd, maar ook met ongeschreven regels, sociale normen.

**collectieve goederen**

Goederen waar wel behoefte aan is, maar die niet door de markt worden geleverd, omdat het onmogelijk is gebruikers die niet betalen uit te sluiten van het gebruik van het product. Daarnaast zijn collectieve goederen niet-rivaliserende goederen, dat wil zeggen dat de consumptie van de ene gebruiker niet ten koste gaat van de consumptie van de andere gebruiker.

**concentratie van marktmacht**

Goederen en diensten worden door een kleiner aantal bedrijven aangeboden.

**externe kosten**

Kosten van productie en consumptie die niet in de prijs zijn opgenomen.

**free rider**

Iemand die profiteert van de inspanningen van een ander.

**fusie**

Bedrijven gaan samen in een nieuw bedrijf.

**individueel goed**

Goederen die uitsluitbaar zijn en rivaliserend.

**individuele prijs**

De prijs die een consument betaalt voor een product.

**interne kosten (= private kosten)**

De werkelijke uitgaven van de producent.

**maatschappelijke kosten**

Kosten van economisch handelen voor de samenleving.

**marktfalen**

Op de markt komt geen optimale situatie tot stand.

**meeliften**

Profiteren van de inspanningen van een ander.

**negatieve externe effecten**

Gevolgen van productie en/of consumptie die negatief zijn voor de welvaart van anderen en die niet verrekend zijn in de prijs van het product.

**niet-rivaliserend goed**

Consumptie van de een gaat niet ten koste van de consumptie van de ander.

**niet-uitsluitbaar goed**

Niet betalende gebruikers kunnen niet worden uitgesloten van het gebruik van het goed.

**octrooi**

Alleenrecht op het commerciële gebruik van een uitvinding.

**overname**

Een sterk bedrijf koopt een zwakker bedrijf op, meestal door meer dan de helft van de aandelen op te kopen.

**positieve externe effecten**

Gevolgen van productie en/of consumptie die positief zijn voor de welvaart van anderen en die niet verrekend zijn in de prijs van het product.

**private kosten**

Zie interne kosten.

**quasicollectieve goederen**

Individuele goederen en diensten die geleverd zouden kunnen worden door de markt, maar die (deels) worden geleverd door de overheid.

**zelfbinding**

Bij marktpartijen: Openlijk deelname uitspreken met als doel anderen tot samenwerking te bewegen. Bij arbeidsvoorwaardenonderhandelingen: Je vooraf verbinden aan bepaalde afspraken (bijvoorbeeld maximaal 1% meer loon).

**“hoofdstuk 6”****duurzaam produceren**

De huidige productie gaat niet ten koste van productie in de toekomst.

**maatschappelijk verantwoord ondernemen**

Bedrijven die naast winst als doelstelling rekening houden met het effect van hun activiteiten op het milieu en op menselijke aspecten binnen en buiten het bedrijf. Er wordt rekening gehouden met de drie p's: people, planet, profit.

**penetratiegraad**

Het deel van de potentiële consumenten dat het product ook feitelijk heeft gekocht uitgedrukt in een percentage.

**people**

Rekening houden met de gevolgen van de productie voor mensen binnen en buiten de onderneming.

**planet**

Rekening houden met de gevolgen van de productie voor het (leef)milieu.

**profit**

Hoe is de winst behaald en wat wordt er mee gedaan.

**recycling**

Het verwerken van afvalmaterialen in een nieuw productieproces.

**“hoofdstuk 7”****aandeelhouder**

Iemand die aandelen (eigendomsbewijzen) bezit van een bedrijf en dus voor het deel van zijn aandeel mede-eigenaar is.

**aandeelhoudersvergadering**

Jaarlijkse vergadering van aandeelhouders. Elke aandeelhouder heeft stemrecht op basis van het aantal aandelen.

**aandelen op naam**

De bewijzen van eigendom (aandelen) van een bv staan op naam. Het is bekend (het staat in een register) wie de aandeelhouders zijn.

**besloten vennootschap**

Ondernemingsvorm waarbij er een scheiding is tussen de leiding en de personen die eigenaar zijn. De eigenaren (aandeelhouders) zijn niet met hun privévermogen aansprakelijk. Bij een bv staan de aandelen op naam.

**dividend**

Winstuitkering aan aandeelhouders van een nv of een bv.

**eenmanszaak**

Ondernemingsvorm waarbij er maar één eigenaar is. Deze is persoonlijk aansprakelijk voor eventuele schulden. De eigenaar moet zelf zorgen voor het startvermogen.

**eigen vermogen**

Het door de eigenaren ingebrachte geld. hoofdelijke aansprakelijkheid  
Iedere betrokkene kan afzonderlijk worden aangesproken voor de totale schuld.

**hypotheek lening**

Lening bij een bank met het huis en of grond als onderpand.

**naamloze vennootschap**

Ondernemingsvorm waarbij er een scheiding is tussen de leiding en de personen die eigenaar zijn. De eigenaren (aandeelhouders) zijn niet met hun privévermogen aansprakelijk. Bij een nv staan de aandelen niet op naam.

**ondernemingsvorm****(= rechtsvorm)**

De juridische vorm waarin de organisatie of het bedrijf gegoten is. ?

**persoonlijke aansprakelijkheid**

Bij schulden wordt niet alleen het zakelijk bezit gebruikt om deze schulden af te lossen, maar desnoods ook privébezit.

**rechtspersoon**

Juridische onafhankelijke eenheid met eigen rechten en verplichtingen, los van de eigenaar/eigenaren.

**vennootschap onder firma**

Ondernemingsvorm waarbij er meerdere eigenaren van een bedrijf zijn. De eigenaren zijn met hun privévermogen aansprakelijk voor de schulden. De winst wordt verdeeld over de eigenaren.

**vreemd vermogen**

Het door schuldeisers ingebrachte geld.

**vrij verhandelbaar**

Je mag verkopen aan wie je maar wilt.

**zelfstandige**

Iemand die een eigen onderneming heeft en dus niet in dienst is van een werkgever.

**zelfstandige zonder personeel**

Een eenmanszaak zonder werknemers.

# Test je zelf

## “hoofdstuk 1”

### Opdracht 1.1

Het aspergeseizoen loopt van april tot eind juni. In het begin van het seizoen is het aanbod van asperges gering en de prijs hoog. Vanaf half mei worden asperges in grote hoeveelheden aangeboden. Asperges worden onderverdeeld in categorieën. De beste asperges krijgen het stempel van triple A. Dat zijn asperges die helemaal wit zijn, tenminste 28 centimeter lang, mooi recht zijn en een dikte hebben van tenminste 28 mm. Het zijn natuurlijk ook de duurste asperges. Aspergekwekers bieden hun asperges aan op de veiling. Daarnaast wordt 60% van de asperges verkocht aan supermarktketens of direct aan de consument.

Op 14 april, het begin van het aspergeseizoen, is op de veiling de volgende vraag- en aanbodfunctie van toepassing:

$$Q_a = P - 6.$$

$$Q_v = -0,5P + 12.$$

$$Q_a, Q_v \quad 10.000 \text{ kg.}$$

P in euro's.

Een markt van volledige mededinging kenmerkt zich door het feit dat er sprake is van vrije toe- en uitreding.

- Geef twee andere kenmerken van de markt van volledige mededinging.
- Bereken de prijs van asperges op 14 april.
- Bereken hoeveel asperges er die dag verhandeld worden.
- Teken de vraaglijn ( $Q_v1$ ) en aanbodlijn ( $Q_a$ ) van asperges in onderstaande figuur.

Pasen nadert en Pasen is een dag waarop altijd veel asperges gegeten worden. De vraag naar asperges neemt daardoor toe en wordt op 19 april als volgt:

$Q_{v2} = -0,5P + 15$ . De aanbodfunctie verandert niet.

- Teken de nieuwe vraaglijn ( $Q_{v2}$ ) in de figuur.
- Bereken de nieuwe evenwichtsprijs en bereken de hoeveelheid asperges die er die dag verhandeld worden.
- Bereken de prijselasticiteit van het aanbod bij de verandering van de evenwichtsprijs.
- Arceer in de grafiek de toename van het producentensurplus.

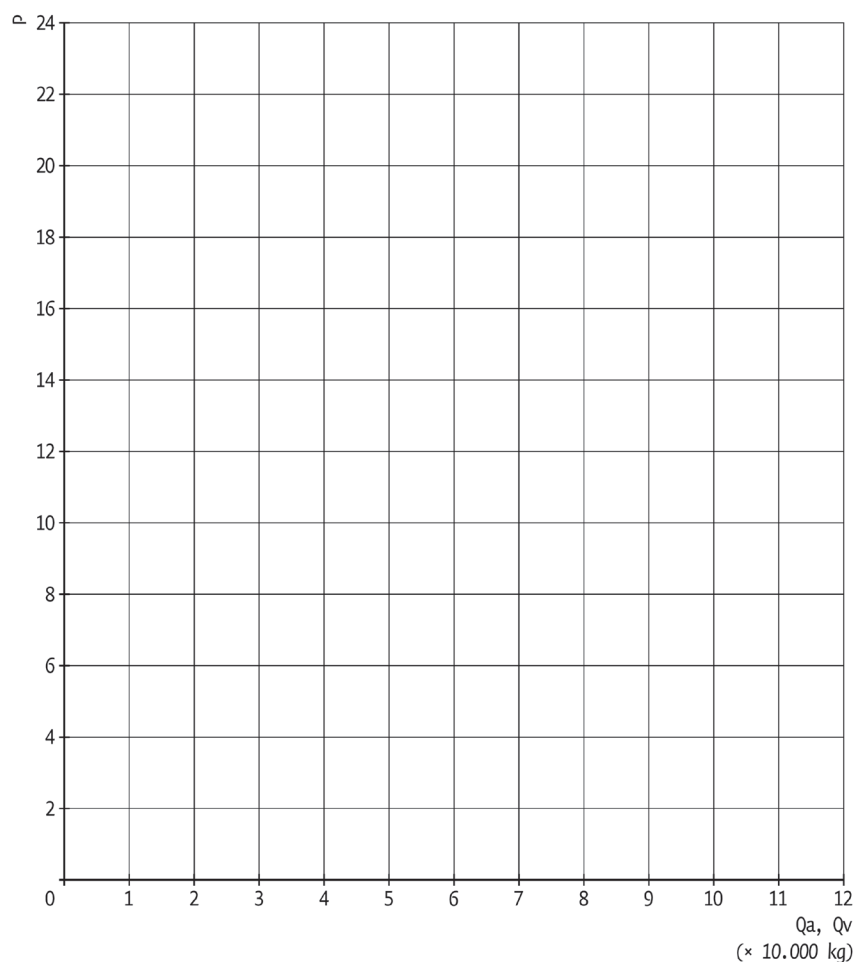
Door de koude nachten aan het eind van april daalt de aanvoer van asperges op de veiling.

- Wat wordt de nieuwe aanbodfunctie?

A:  $Q_a = P - 7$  of B:  $Q_a = P - 5$ .  
Motiveer het antwoord.

*Figuur: Markt voor AAA-asperges*

-> ->



### Opdracht 1.2

De markt voor triple A asperges is een markt van volkomen concurrentie. De prijs voor triple A asperges bedraagt in de maand april € 12 per kg.

Boer Janssen is een aspergeteler. Voor het telen van asperges pacht hij een stuk grond en in het aspergeseizoen zijn het voornamelijk Oost-Europese seizoenarbeiders die de asperges oogsten. De variabele kosten bedragen € 6 per kg. De constante kosten bedragen € 42.000 per jaar.

- Bereken de break-evenomzet.
- Hoe hoog zijn de marginale kosten per kg?
- Hoe hoog zijn de marginale opbrengsten per kg?

Boer Janssen wil dit jaar een winst van € 24.000 behalen op de teelt van asperges.

- Hoeveel kg asperges moet Boer Janssen dit jaar oogsten om die winst te behalen?

### “hoofdstuk 2”

#### Opdracht 2.1

Het Italiaanse kledingbedrijf Geox produceert één type ademende jack waarvoor de volgende prijsafzetfunctie geldt:

$$Q_v = -5/6P + 100.$$

P = prijs in euro's.

Q<sub>v</sub> = afzet in duizenden stuks.

- Leg uit waarom de prijsafzetfunctie van Geox overeenkomt met de collectieve vraagfunctie naar ademende jacks.
- Hoe kun je aan de prijs-afzetfunctie zien dat Geox niet aanbiedt op een markt van volledige mededinging?

Alle drie de opbrengstenfuncties staan getekend in figuur 1.

- Waarom ligt de MO-lijn onder de GO-lijn?
- Verklaar het verloop van de TO-lijn.
- Leg uit waarom de totale opbrengst (TO) maximaal is als de marginale opbrengst nul is (MO = 0).

Om de doelstellingen van Geox te kunnen analyseren moeten behalve de opbrengsten ook de kosten bekend zijn. We gaan uit van de volgende totale kostenfunctie:

$$TK = 20q + 800.000$$

TK is de totale kosten in euro's en q is het aantal jacks.

- Zijn de totale variabele kosten van de Geox-jacks proportioneel, progressief of degressief variabel? Verklaar het antwoord.
- Teken de totale kostenfunctie in de onderste grafiek van figuur 1.

De marginale kostenfunctie is als volgt: MK = 20.

De marginale opbrengstenfunctie: MO = -2,4Q + 120.

De gemiddelde opbrengstenfunctie: GO = P = -1,2Q + 120.

De gemiddelde totale kostenfunctie: GTK = 800.000/Q + 20.

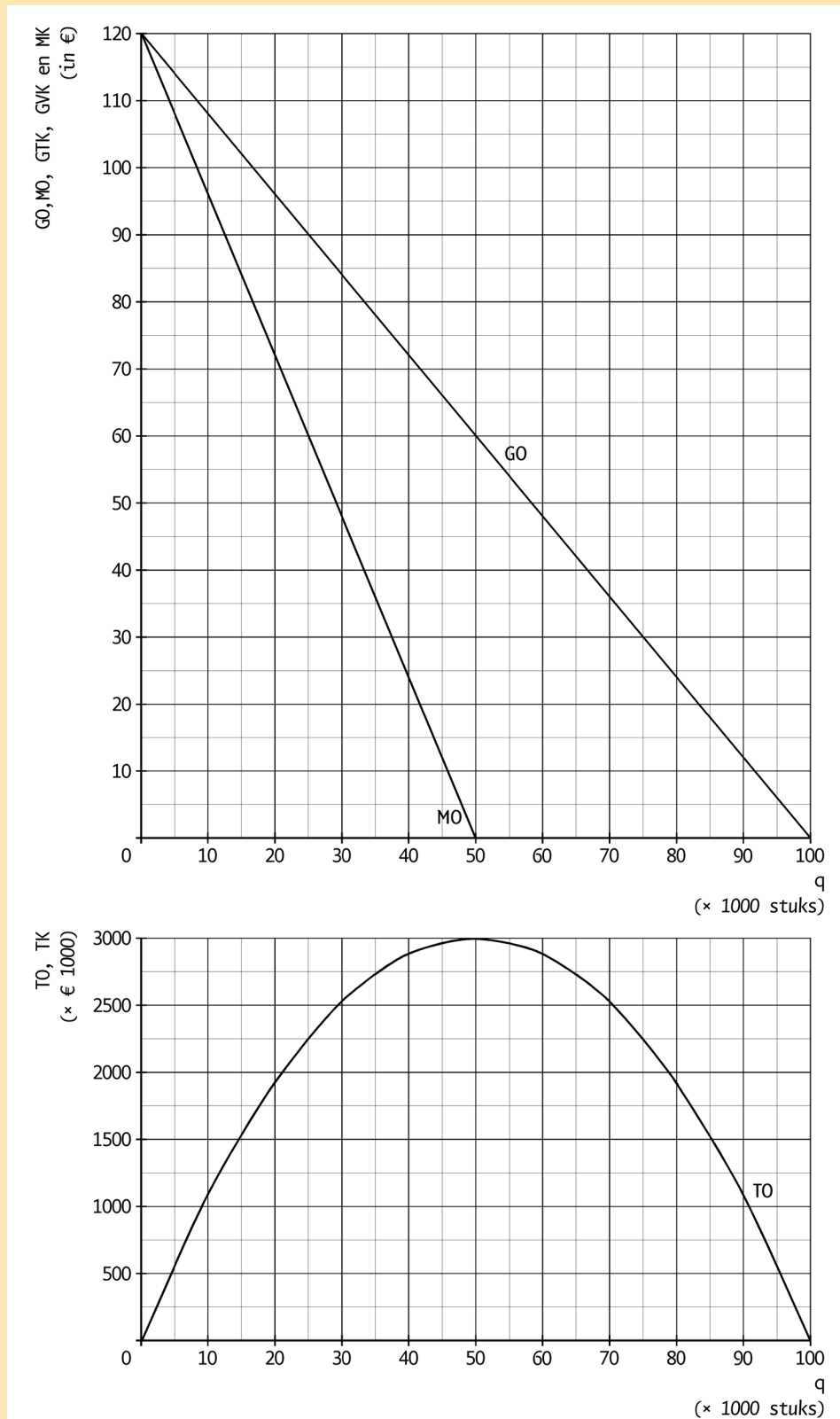
- Teken de marginale kostenfunctie in de bovenste grafiek van figuur 1.
- Teken de gemiddelde totale kostenfunctie in de bovenste grafiek van figuur 1.
- Welke prijs zal Geox voor de jack vaststellen als de onderneming streeft naar maximale totale winst? Verklaar het antwoord.
- Arceer de voor Geox maximaal haalbare winst in de bovenste grafiek van de figuur.
- Leidt uit de grafiek af welke prijs Geox zal vaststellen als maximale omzet de doelstelling is.
- Bereken de winst bij deze maximale omzet.

Geox zou ook kunnen kiezen voor maximale afzet.

n. Verklaar aan de hand van de grafieken waarom Geox dat niet zal doen.

o. Bij welke doelstelling - maximale winst, break-evenomzet of maximale omzet - zal de dreiging van potentiële concurrenten het grootst zijn? Verklaar het antwoord.

Figuur 1:



### “hoofdstuk 3”

#### Opdracht 3.1 De pilsmarkt

Vier brouwers van pilsener bieren met een marktaandeel van in totaal 80% voeren een felle concurrentiestrijd met elkaar. Inzet van de concurrentiestrijd is het veroveren van een groter marktaandeel in de verkoop van flesjes pilsbier.

De vraag naar pilsbier luidt als volgt:  $Q_v = -3P + 2,4$ .

$Q_v$  = de totale vraag naar flesjes pilsbier  $\times$  1 miljoen, per dag en  $P$  = prijs in euro's.

- Geef één voordeel en één nadeel van deze concurrentiestrijd voor de consument.
- Van welke marktform is hier sprake? Motiveer je antwoord.
- Is pilsbier een homogeen of heterogeen product? Motiveer je antwoord.
- Teken in onderstaande figuur de vraaglijn naar flesjes pilsbier.
- Hoe hoog zijn de gemiddeld variabele kosten per flesje pilsbier? Raadpleeg de figuur.

Met behulp van de vraaglijn kan de MO-lijn (marginale opbrengstenlijn) afgeleid worden. Deze is als volgt:  $MO = -2/3Q_v + 0,8$

- Teken in onderstaande figuur de MO-lijn.

Door de hevige concurrentiestrijd wordt een flesje pilsbier verkocht voor € 0,30.

- Hoeveel flesjes pilsbier worden er per dag verkocht?

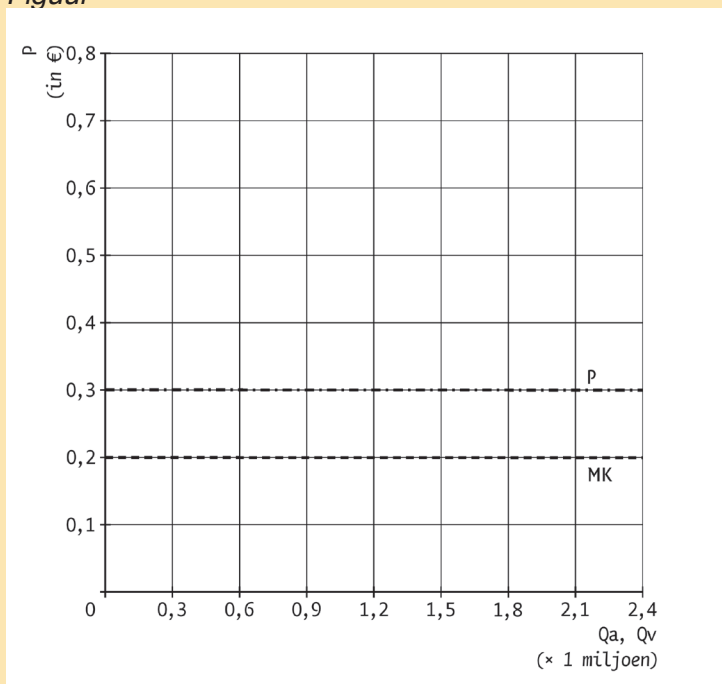
De totale constante kosten voor de vier brouwers bedragen per dag  $\square$  200.000.

- Bereken de winst of het verlies voor de vier brouwers gezamenlijk.

Om aan de prijsoorlog een einde te maken besluiten de vier brouwers - in het geheim - om de afzet zodanig te beperken dat zij gezamenlijk maximale winst kunnen behalen.

- Hoe noemen we zo'n afspraak met het doel de concurrentie te beperken?
- Tegen welke prijs zal een flesje pils dan verkocht worden.
- Bereken de nieuwe omzet en de winst per dag van de 4 brouwers gezamenlijk.
- Bereken de prijselasticiteit van de vraag bij de gevonden prijsverhoging.
- Arceer in onderstaande figuur het totale verlies aan surplus voor de consument.

Figuur



## “hoofdstuk 4”

### Opdracht 4.1 huurmarkt in Triland

Op de huurmarkt in Triland bestaat al decennialang een tekort aan goede betaalbare huurwoningen. Anno 2010 bedraagt de maximale huur € 600 per maand.

De vraagfunctie en aanbodfunctie van goede betaalbare huurwoningen zijn als volgt:

$$Q_a = P - 500$$

$$Q_v = -2P + 1.600$$

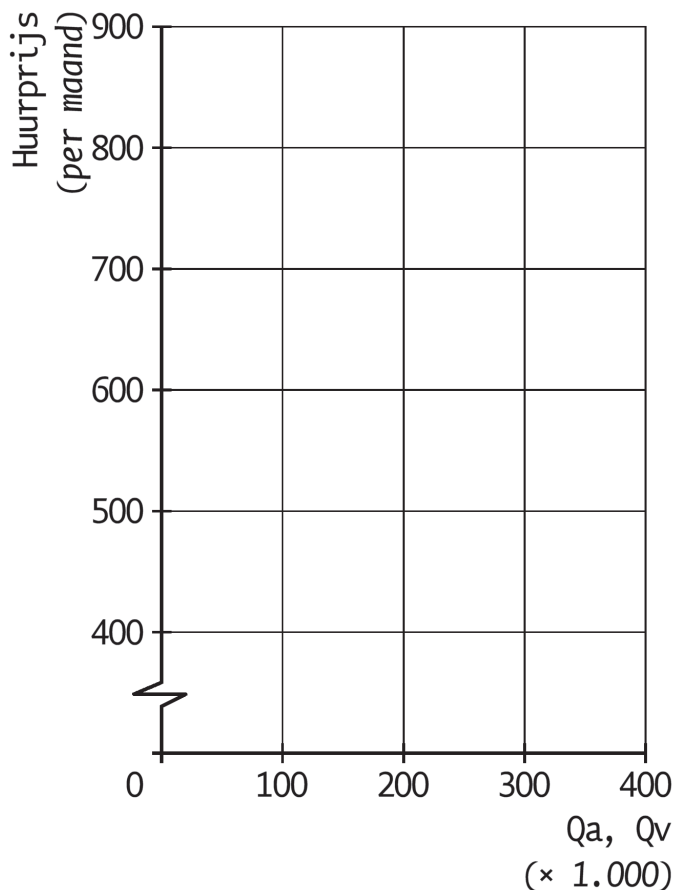
$Q_a$  en  $Q_v$  = 1.000 huurhuizen

$P$  = maandhuur in euro's

- Bereken met behulp van de vraagfunctie en aanbodfunctie de evenwichtsprijs voor huurwoningen.
  - Hoeveel goede en betaalbare huurwoningen worden er bij die prijs aangeboden?
  - Teken in onderstaande figuur de vraaglijn naar goede en betaalbare huurwoningen.
  - Teken in onderstaande figuur de aanbodlijn van goede en betaalbare huurwoningen.
  - Wat is de hoogste huur die een huurder bereid is te betalen?
  - Ontstaat er door het instellen van een maximumprijs een vraagtekort of een aanbodtekort aan goede en betaalbare huurwoningen? Verklaar het antwoord.
  - Bereken de grootte van het tekort.
  - Teken in onderstaande figuur een lijn die de maximale huurprijs weergeeft.
- Om een eind te maken aan het tekort aan goede en betaalbare woningen besluit de overheid van Triland de maximum huurprijs te verhogen naar € 650 per maand.
- Bereken met hoeveel procent het tekort aan goede en betaalbare huurwoningen afneemt.
  - Geef een economische verklaring voor de afname van het tekort aan betaalbare huurwoningen door de verhoging van de maximum huurprijs.

Door het aantrekken van veelal goedkoper en efficiënter werkende Poolse bouwvakkers is de prijs voor het bouwen van goede en betaalbare huurwoningen flink gedaald.

- Geef aan of hierdoor de aanbodlijn of de vraaglijn verschuift en geef aan in welke richting (links of rechts) de lijn verschuift.



## “hoofdstuk 5”

### Opdracht 5.1

- Motiveer waarom een autoweg een quasicollectief goed is.
- Motiveer waarom schone lucht geen collectief goed?
- Geef een definitie van negatieve externe effecten.
- Waarom spreken we bij negatieve externe effecten van marktfalen?

In de rubriek *Opinie & Debat* van de *Volkskrant* d.d. vrijdag 16 juli 2010 gaan Jan Marijnissen en Emile Roemer nader in op de ontslagen bij Organon in Oss. Zij schrijven hierin het volgende: “De aandeelhouders zien elders meer winst gloren en daarom wordt een goed functionerend bedrijf gesloten, zonder dat de maatschappelijk kosten hiervan op de daders verhaald kunnen worden.”

- Geef een omschrijving van maatschappelijke kosten.
- Wat zullen Marijnissen en Roemer bedoelen met maatschappelijke kosten?
- Worden, door het heffen van een accijns op benzine, de negatieve externe effecten geëlimineerd? Motiveer het antwoord.

Sara en Ameida moeten samen een praktische opdracht maken. Als ze samenwerken moeten ze er beiden 4 uur aan werken. Als een van de twee zich drukt moet de ander 6 uur aan de praktische opdracht besteden en die zich drukt slechts 2 uur. Als beiden zich drukken hebben ze beiden wel 5 uur nodig om de praktische opdracht voor mekaar te krijgen.

- Vul de hieronder staande uitbetalingsmatrix in.

		Ameida	
		samenwerken	zich drukken
Sara	samenwerken		
	zich drukken		

- Wat is hierbij de dominante strategie? Samenwerken of zich drukken?

## “hoofdstuk 6”

### Opdracht 6.1

Ook op school zou meer aandacht besteed kunnen worden aan duurzaamheid. Weliswaar is de school geen onderneming, maar dat neemt niet weg dat ook op school haar verantwoordelijkheid moet nemen voor een duurzaam leefmilieu.

Noem vijf punten waarop jouw school een bijdrage kan leveren aan een duurzaam leefmilieu.

## “hoofdstuk 7”

### Opdracht 7.1

Omdat niet hij maar Guus Flater de lening voor het nieuwe kantoor had afgesloten, weigerde Pierre van Houten om voor de rechtbank te verschijnen. Nu het opleidingsinstituut in gebreke bleef en de ontstane schuld niet terug kon betalen moesten de schuldeisers niet hem maar Guus Flater aanpakken, zo redeneerde Pierre. Maar Guus Flater was helaas voorgoed verdwenen. De rechter oordeelde dat er geen sprake was van onbehoorlijk bestuur en eiste in haar vonnis dat Pierre van Houten binnen twee maanden de schuld alsnog moest voldoen. Mocht Pierre van Houten in gebreke blijven dan mocht er beslag gelegd worden op zijn privé-vermogen.

- Is deze organisatie een rechtspersoon? Motiveer je antwoord.
- Is deze organisatie een Eenmanszaak, een Vennootschap onder firma, een bv of een nv?

### Opdracht 7.2

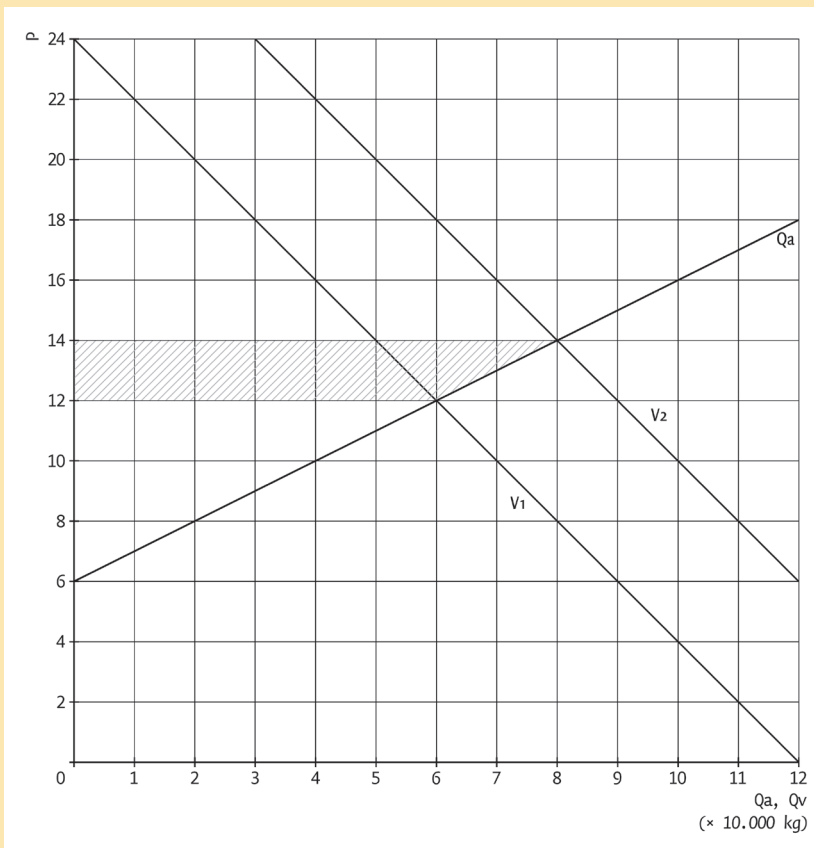
Vul in onderstaand schema de overige kenmerkende verschillen tussen de genoemde ondernemingsvormen in.

<b>Rechtsvorm</b>	<b>ondernemersrisico strekt zich uit tot...</b>	<b>eigendom en leiding</b>	<b>mogelijkheid om kapitaal aan te trekken</b>	<b>belasting over de winst</b>
<b>eenmanszaak</b>		in één persoon verenigd		
<b>vof</b>				
<b>bv</b>	aandeelbedrag			
<b>nv</b>		gesplitst	zeer groot	

# Antwoorden “Test je zelf”

## Uitwerking opdracht 1.1

- homogeen product, veel aanbieders, transparante markt.
- $P - 6 = -0,5P + 12 \rightarrow 1,5P = 18 \rightarrow P = \square 12$ .
- $Q_a = P - 6 \rightarrow Q_a = 12 - 6 = 6 \rightarrow 6 \cdot 10.000 \text{ kg} = 60.000 \text{ kg}$ .
- Zie figuur.
- Zie figuur.
- $P - 6 = -0,5P + 15 \rightarrow 1,5P = 21 \rightarrow P = \square 14$ .
- Bij  $P = \square 12 = Q_a = 6$ .
- Bij  $P = \square 14 = Q_a = 8$   
 $E_a = ((8 - 6)/6) / ((14 - 12)/12) = 2$ .
- Zie figuur.
- A, door de koude nachten zal het aanbod bij iedere prijs geringer zijn.



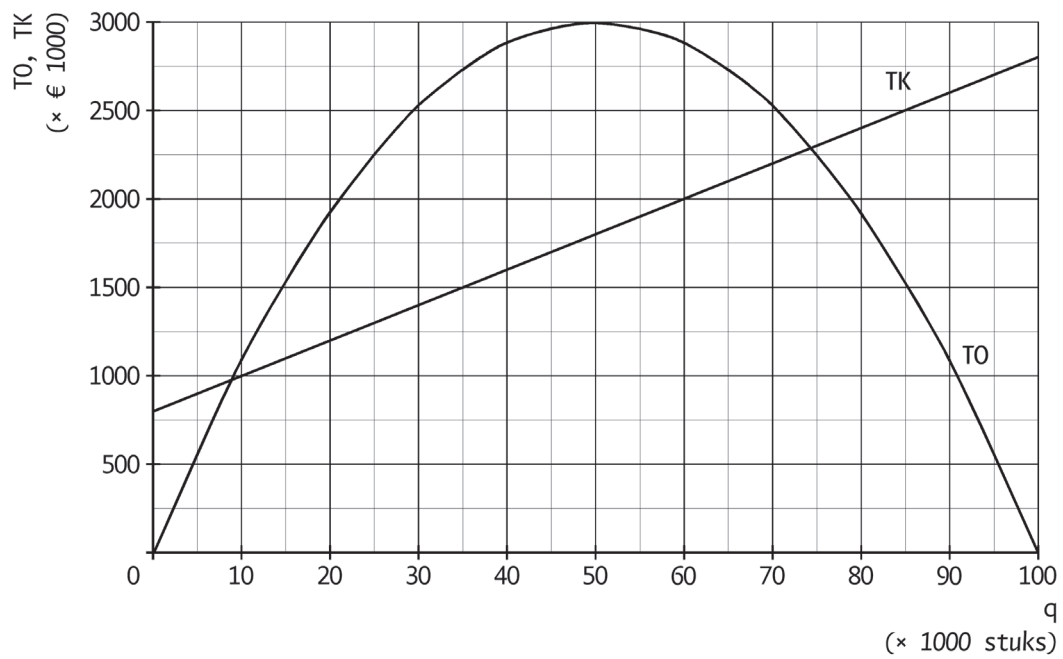
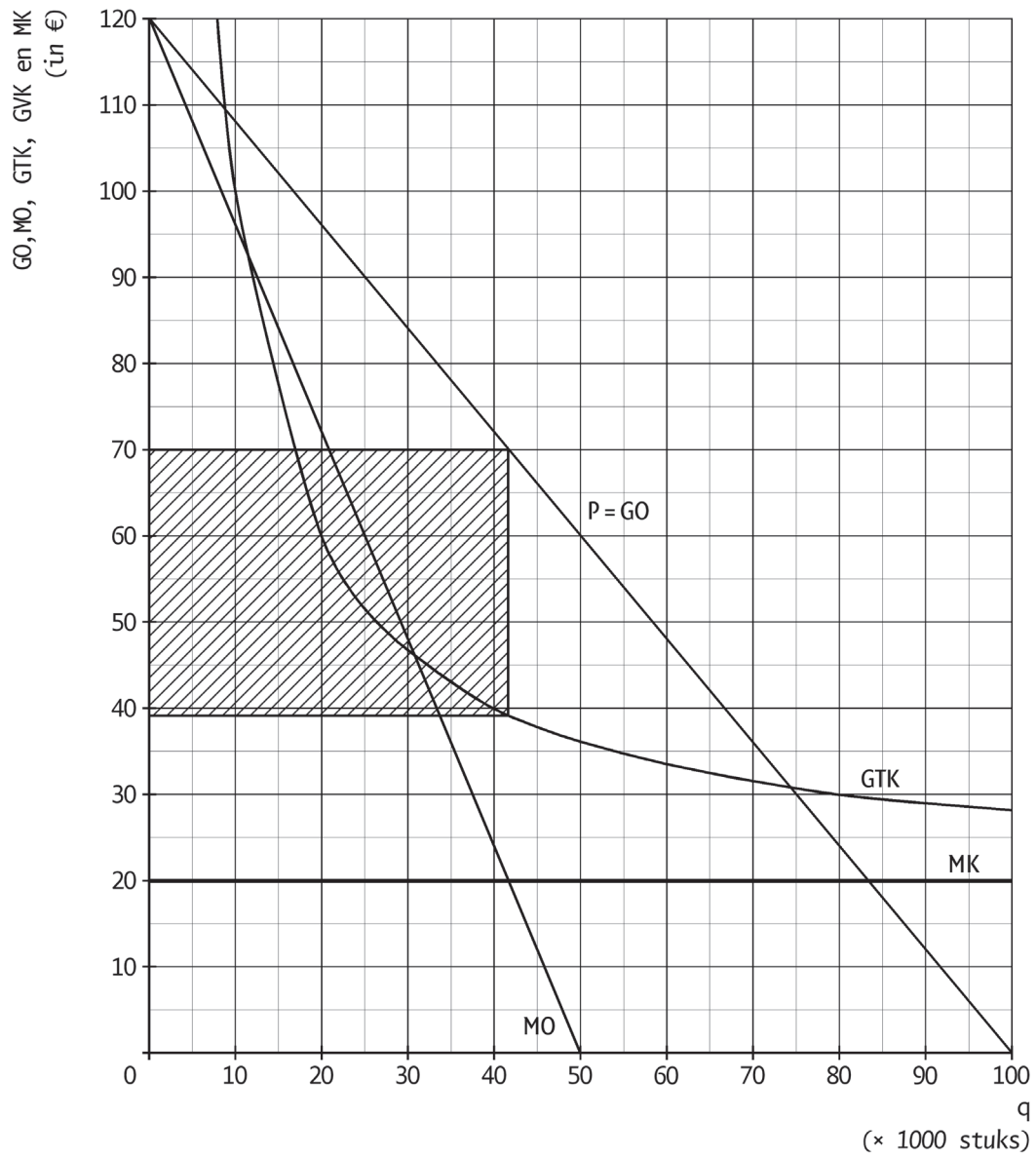
## Uitwerking opdracht 1.2

- De break-evenafzet:  $12Q = 6Q + 42.000 \rightarrow 6Q = 42.000 \rightarrow Q = 7.000 \text{ kg}$ .  
De break-evenomzet is dan  $7.000 \text{ kg} \cdot 12/\text{kg} = \square 84.000$ .
- Marginale kosten = variabele kosten =  $\square 6$ .
- Marginale opbrengst = verkoopprijs =  $\square 12$ .
- Totale opbrengsten – totale kosten =  $\square 24.000$ .  
 $12Q - 6Q - 42.000 = 24.000 \rightarrow 6Q = 66.000 \rightarrow Q = 11.000 \text{ kg}$ .

### **Uitwerking opdracht 2.1**

- a. De collectieve vraaglijn geeft aan wat de consumenten vragen bij de verschillende prijzen en geeft dus ook aan wat de afzet van de monopolist zal zijn bij de verschillende prijzen.
- b. Aan het dalend verloop van de prijsafzetfunctie. Hoe lager de prijs hoe hoger de afzet. Bij volledige mededinging loopt de prijsafzetlijn horizontaal, immers de individuele producent heeft geen enkele invloed op de prijs. De prijs is daar een gegeven.
- c. Als Geox, uitgaande van een bepaalde prijs, meer producten wil verkopen, zal ze de prijs moeten verlagen. Deze prijsverlaging geldt dan voor alle producten die zij verkoopt, dus ook voor de producten die eerst tegen een hogere prijs werden verkocht. Bij dalende gemiddelde opbrengsten is de opbrengst van een extra eenheid lager dan de gemiddeld opbrengst.
- d. Aanvankelijk stijgt de totale opbrengst als de afzet toeneemt. Bij  $q = 50$  bereikt de totale opbrengst haar maximum. Vervolgens neemt de totale opbrengst af omdat de prijs sterker daalt dan de afzet stijgt.
- e. Zolang de marginale opbrengst (MO) groter is dan nul stijgt de totale opbrengst bij een toename van de afzet. Als MO gelijk is aan nul bereikt de totale opbrengst haar maximum. Als  $MO < 0$  dan daalt de totale opbrengst bij uitbreiding van de afzet.
- f. Proportioneel variabel.  $TVK = 20Q$ . Als  $Q$  met 1 eenheid toeneemt nemen de kosten met  $\square 20$  toe. De gemiddeld variabele kosten zijn  $\square 20$ .
- g. Zie onderste grafiek van figuur 1.
- h. Zie bovenste grafiek van figuur 1.
- i. Zie bovenste grafiek van figuur 1.
- j. Maximale winst bij  $MO = MK \square -2,4Q + 120 = 20 \square Q = 41,7$ .  
 $GO = P = -1,2Q + 120 = -1,2 \cdot 41,7 + 120 = \square 70$ .
- k. Zie bovenste grafiek van figuur 1.
- l. TO is maximaal bij  $MO = 0$ .  $Q$  is dan 50.000 en  $P$  is  $\square 60$ .
- m.  $TO = 50.000 \cdot \square 60 = \square 3.000.000$ .  
 $TK = \square 20 \cdot 50.000 + \square 800.000 = \square 1.800.000$   
 $TW = TO - TK = \square 1.200.000$ .
- n. Maximale afzet wordt behaald bij  $P = 0$ . Geox zal haar producten niet gratis weggeven.
- o. Maximale winst. De prijs is dan het hoogst. Voor potentiële concurrenten zijn dan de winstkansen het grootst.

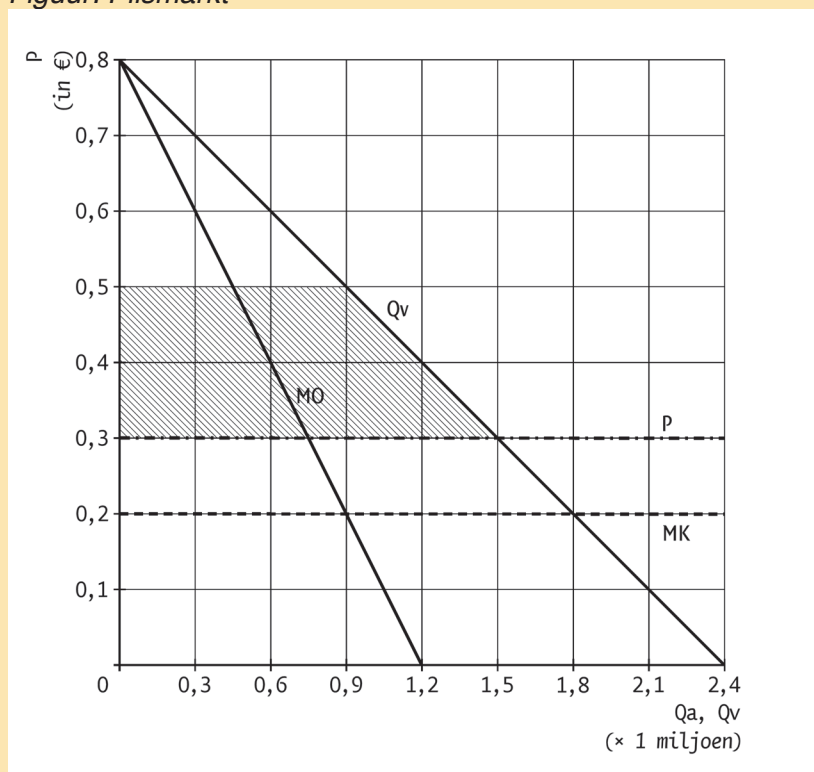
***(Figuur volgende pagina)***



### Uitwerking opdracht 3.1

- a. Voordeel is een lagere prijs voor de consument.  
Nadeel is dat door de concurrentiestrijd een of enkele bierbrouwers verdwijnen waardoor de concurrentie op termijn juist minder wordt.
- b. Oligopolie, 4 brouwers hebben 80% van de pilsmarkt in handen.
- c. Dat is een beetje tricky. In het algemeen hechten pilsdrinkers sterk aan hun merk. Dat betekent dat pils een heterogeen goed is. Mocht dat niet het geval zijn, zoals vaak bij jongeren, dan is pils een homogeen goed.
- d. Zie de figuur.
- e.  $\square 0,20$  (GVK is gelijk aan de MK).
- f. Zie de figuur.
- g. 1,5 miljoen flesjes.
- h. Totale omzet: 1,5 miljoen  $\square 0,30 = \square 450.000$ .  
Totale kosten: 1,5 miljoen  $\square 0,20 + \square 200.000 = \square 500.000$ .  
Verlies gelijk aan  $\square 450.000 - \square 500.000 = \square 50.000$ .
- i. Een kartel.
- j. Maximale winst bij  $MO = MK$ , dus een prijs van € 0,50 per flesje.
- k. Totale omzet: 900.000  $\square 0,50 = \square 450.000$ .  
Totale kosten: 900.000  $\square 0,20 + \square 200.000 = \square 380.000$ .  
Winst =  $\square 450.000 - \square 380.000 = \square 70.000$ .
- l. De gevraagde hoeveelheid neemt af van 1,5 naar 0,9. De procentuele verandering is dan  $(0,9 - 1,5)/1,5 \cdot 100\% = -40\%$ .  
De prijs stijgt van 0,3 naar 0,5. De procentuele verandering van de prijs is dan  $(0,5 - 0,3)/0,3 \cdot 100\% = 66,7\%$ .  
De prijselasticiteit van de vraag is  $-40\%/66,7\% = -0,6$ .
- m. Zie de figuur.

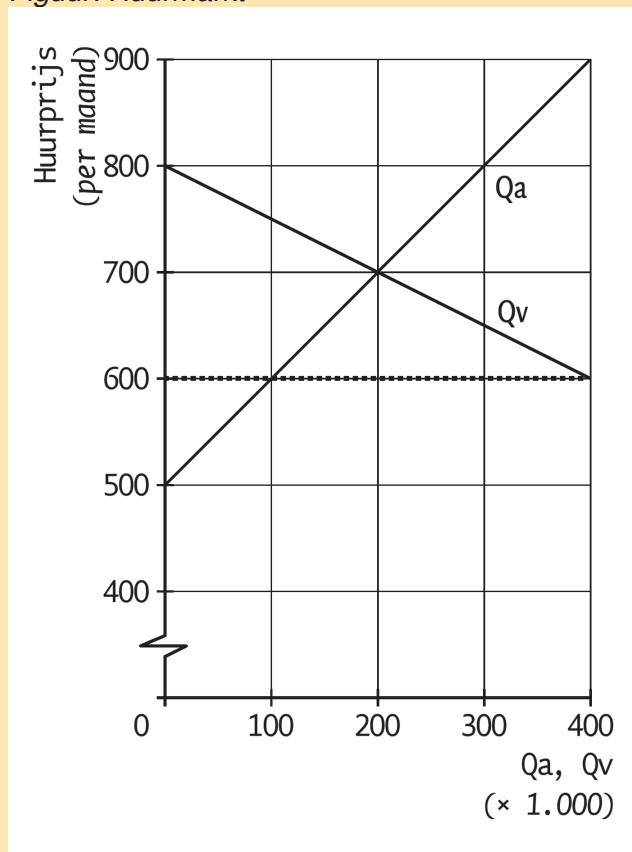
Figuur: Pilsmarkt



### Uitwerking opdracht 4.1

- a.  $Q_a = Q_v \square P - 500 = -2P + 1.600 \square 3P = 2.100 \square P = 700$ .
- b.  $Q_a = P - 500 \square Q_a = 700 - 500 = 200 \square 200.000$  woningen.
- c. Zie figuur.
- d. Zie figuur.
- e. Net onder de prijs van  $\square 800$  per maand.
- f. Een aanbodtekort aan goede en betaalbare woningen. De vraag (400.000) is groter dan het aanbod (100.000).
- g.  $Q_a = P - 500 \square Q_a = 600 - 500 = 100 \square 100.000$  woningen.  
 $Q_v = -2P + 1.600 \square Q_v = -2 \times 600 + 1.600 = 400 \square 400.000$  woningen.  
Het tekort is dan  $400.000 - 100.000 = 300.000$  woningen.
- h. Zie figuur.
- i.  $Q_a = P - 500 \square Q_a = 650 - 500 = 150 \square 150.000$  woningen.  
 $Q_v = -2P + 1.600 \square Q_v = -2 \times 650 + 1.600 = 300 \square 300.000$  woningen.  
Het tekort is dan  $300.000 - 150.000 = 150.000$  woningen.  
Afname van het tekort is dan  $(300 - 150)/300 \quad 100\% = 50\%$ .
- j. Door de hogere verhuurprijs wordt het aanbieden (bouwen) van huurwoningen iets aantrekkelijker. Hierdoor stijgt het aanbod. Door de hogere verhuurprijs zijn er vragers die afvallen omdat zij dat niet kunnen betalen. Hierdoor daalt de vraag.
- k. De aanbodlijn van goede en betaalbare huurwoningen verschuift naar rechts. Voor eenzelfde prijs worden meer woningen aangeboden (gebouwd).

Figuur: Huurmarkt



### Uitwerking opdracht 5.1

- a. Een autoweg is een quasicollectief goed omdat:
  - er een prijs voor berekend kan worden (tol);
  - mensen (auto's) er van uitgesloten kunnen worden (wie niet betaalt);
  - het goed rivaliserend is (hoe meer auto's hoe lager de snelheid);
  - het door de overheid geproduceerd/geleverd wordt.

- b. Schone lucht is geen schaars goed en wordt niet door de overheid geleverd.
- c. Negatieve externe effecten zijn gevolgen van productie/consumptie die niet in de prijs van het product berekend zijn.
- d. Omdat in de prijs de negatieve externe effecten niet begrepen zijn. De maatschappelijke kosten (prijs) is hoger dan de private prijs (die op de markt tot stand komt). De markt faalt dus in de juiste doorberekening van de prijs.
- e. Maatschappelijke kosten zijn de feitelijke kosten van productie: private kosten en externe kosten.
- f. Waarschijnlijk wijzen Marijnissen en Roemer hiermee op de negatieve externe effecten zoals het verdwijnen van werkgelegenheid, kennis en ervaring en onderzoek, etc.
- g. Neen, door het heffen van accijns op benzine worden de negatieve externe effecten niet opgeheven. Ze blijven bestaan (uitstoot) maar het wordt wel in de prijs doorberekend.
- h.

		Ameida	
		samenwerken	zich drukken
Sara	samenwerken	4u/4u	6u/2u
	zich drukken	2u/6u	5u/5u

- i. Zich drukken is hier de dominante strategie al kost dat samen de meeste tijd.

### Uitwerking opdracht 6.1

Te denken valt aan:

- gescheiden inzamelen van afval: papier, plastic, blikjes, chemisch afval (batterijen);
- papier niet eenzijdig maar tweezijdig afdrukken;
- geen plastic bekken maar koppen;
- geen gewone batterijen maar oplaadbare batterijen;
- geen dure werkboeken;
- etc.

### Uitwerking 7.1

- a. Pierre van Houten is persoonlijk aansprakelijk voor de schulden van de organisatie, dus heeft die organisatie geen rechtspersoonlijkheid en is deze organisatie geen rechtspersoon. Vennootschap onder firma.

### Uitwerking opdracht 7.2

	aansprakelijkheid strekt zich uit tot...	eigendom en leiding	mogelijkheid om kapitaal aan te trekken	belasting over de winst
<b>emz</b>	zakelijk en privé-vermogen	in één persoon verenigd	beperkt	inkomensheffing
<b>vof</b>	zakelijk en privé-vermogen	de vennoten samen	minder beperkt	inkomensheffing
<b>bv</b>	aandeelbedrag	directeuren zijn tevens aandeelhouder	minder beperkt	vennootschapsbelasting
<b>nv</b>	aandeelbedrag	gesplitst	zeer groot	vennootschapsbelasting