

Micro-economie 7

1. Een auto wordt geveild op een veilingsite. Er zijn twee manieren van veilen, bij opbod en bij afslag. Leg deze twee systemen uit.

Bij opbod betekent dat de auto voor een bepaald laag bedrag wordt aangeboden. Mensen mogen gedurende een bepaald aantal dagen het bedrag verhogen met bijvoorbeeld € 50,-. Wie aan het eind van de periode het hoogste bod heeft gedaan krijgt de auto voor die prijs. Bij afslag wordt de auto ingezet op een hoog bedrag. Iedere dag wordt de auto iets goedkoper. Wie het eerst akkoord gaat met de prijs wordt de eigenaar. Meestal is er een minimumbedrag. Daaronder wordt de auto niet verkocht.

2. Waarom is er bij het veilen van auto's sprake van asymmetrische informatie?

De verkoper weet wat de kwaliteit van de auto is maar de koper niet.

3. Hoe zou deze asymmetrische informatie verminderd kunnen worden?

De verkoper zou kunnen toestaan dat de auto gekeurd wordt.

4. Leg uit hoe hardnekkige asymmetrische informatie een hele markt kan dwarsbomen.

Als de koper van een auto bang is dat de auto niet goed is zal hij er minder voor over hebben (compensatie voor het risico dat hij loopt). Maar omdat mensen minder over hebben voor auto's op een veiling zullen verkopers alleen naar die veiling gaan als de auto inderdaad niet goed is. Maar hierdoor zullen kopers in de toekomst nog meer risico lopen. Zij zullen dus nog minder willen betalen. Dit zal de verkopers er toe brengen nog slechtere auto's naar de veiling te brengen etc. etc.

5. consument maximumbudget

A	€ 15.100
B	€ 11.900
C	€ 13.200
D	€ 14.200

Bovenstaande bedragen zijn de prijzen die de vier consumenten maximaal voor de auto willen betalen. De auto wordt geveild bij opbod. Er kan geboden worden in stappen van € 50,-. De auto wordt ingezet op € 11.00,-. Voor hoeveel wordt de auto verkocht en aan wie?

Consument A zal de auto kopen voor € 14.250,-. Immers dit is € 50 meer dan de één na hoogsteieder.

6. Wat kan de beheerder van de site doen om te voorkomen dat de site aan reputatieschade ten onder gaat?

De beheerder kan proberen alleen betrouwbare verkopers toe te laten tot de veiling.

7. Waarom zal dat heel lastig worden?

Op de veiling komen verkopers vaak maar één keer. Zij lopen dus geen reputatieschade op als ze een slechte auto verkopen.

8. Waarom kan een verkoper die maar één keer op de veiling komt niet aan zelfbinding doen?

Zelfbinding betekent dat je iets zegt of doet waardoor je (voor je eigen idee) gedwongen wordt op een later tijdstip iets te doen wat je niet gedaan zou hebben als je dat niet gezegd of gedaan had. Het is heel moeilijk iets te bedenken wat de verkoper zou moeten zeggen of doen waardoor hij zichzelf bindt.

9. Waarom kunnen officiële autodealers dit dan wel?

Een officiële autodealer probeert een reputatie op te bouwen. Als hij zegt dat een auto goed is en de auto blijkt dat niet te zijn loopt hij reputatieschade op. Dat weet hij dus is hij door zijn eigen uitspraken gebonden. Als hij zegt dat een auto goed is moet hij (van zichzelf) ook een goede auto leveren.

10. “Reputatie komt te voet en gaat te paard”. Wat betekent dit?

Het is heel moeilijk om reputatie op te bouwen maar je verliest het door één foute beslissing.

11. Stel je de volgende situatie voor.

De ontwikkelkosten van digitale kaarten zijn erg hoog zodat er sprake is van aanzienlijke schaalvoordelen bij een groeiende productie.

Op de Europese markt heeft Napia een monopoliepositie op het gebied van digitale kaarten voor mobiele navigatieapparaten die voornamelijk gebruikt worden door automobilisten. De ICT-onderneming Mito overweegt een poging te doen een plaats op deze markt te veroveren. Mito ontwikkelt digitale kaarten die niet alleen in de auto gebruikt kunnen worden maar ook door bijvoorbeeld wandelaars. Napia laat via de media doorschemeren de toetreding van Mito met een scherpe prijsstelling te zullen frustreren. Mito neemt daarom contact op met de Europese commissaris voor de mededinging (ECM) en vraagt haar Napia tot de orde te roepen en concurrentie op de Europese markt mogelijk te maken.

Wat wordt bedoeld met schaalvoordelen?

Een bedrijf dat op grotere schaal produceert (d.w.z. met meer kapitaal) heeft daar meestal voordeel van. Dit betekent dat de gemiddelde kosten lager liggen dan bij een bedrijf dat met minder kapitaal werkt. Voorbeeld: een groter elektriciteitscentrale produceert goedkoper elektriciteit dan een kleine centrale.

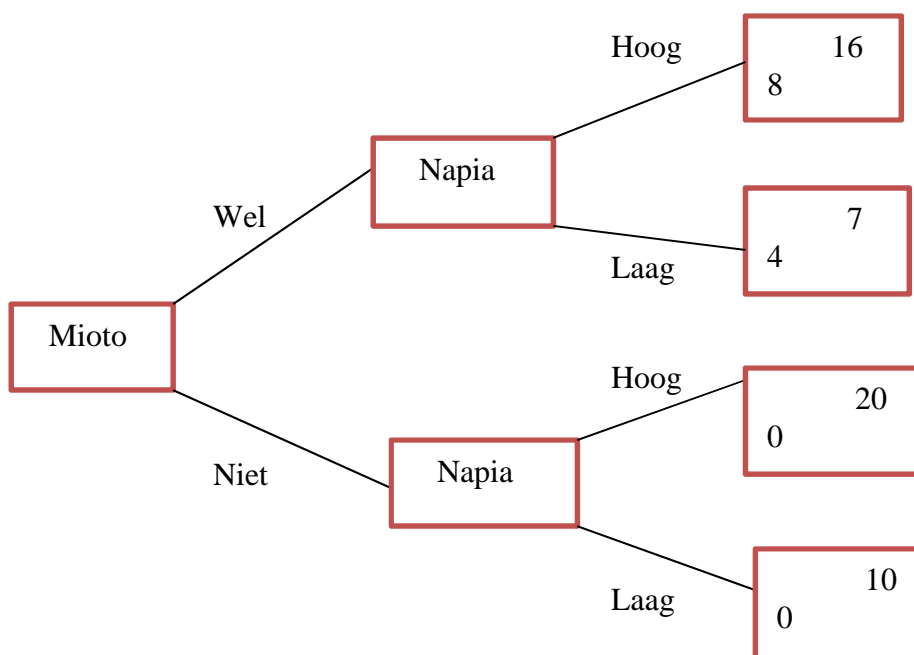
12. Waarom kan een zittend bedrijf een nieuwkomer vaak wegconcurreren met een lage prijs?

Het zittende bedrijf produceert op grote schaal en heeft daarom kostenvoordelen. Het zittende bedrijf kan tegen lagere gemiddelde kosten produceren. De nieuwkomer is vaak nog klein en

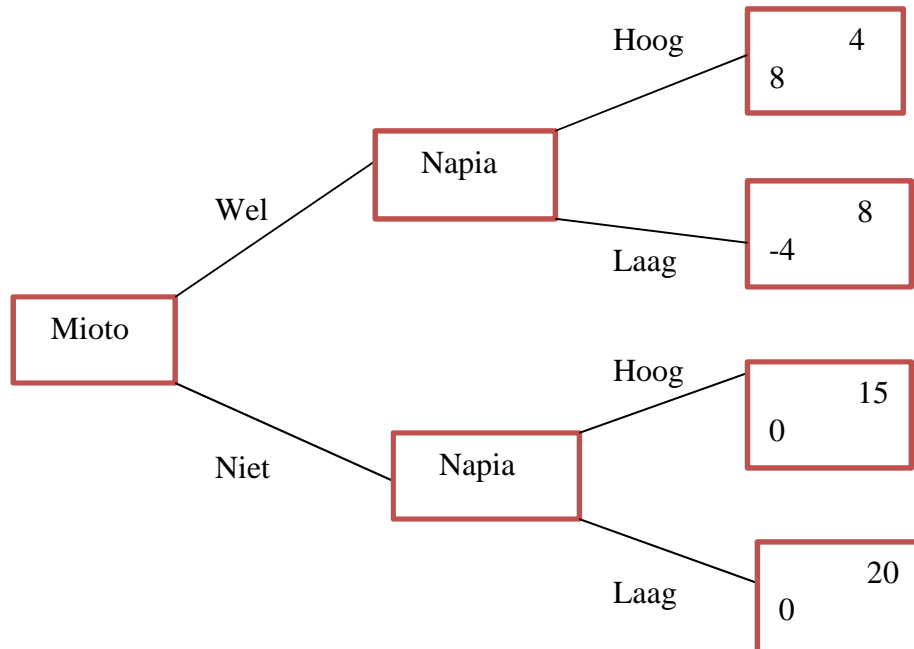
heeft derhalve hogere gemiddelde kosten. Het zittende bedrijf kan de prijs dermate laag vaststellen dat deze prijs onder de gemiddelde kosten van de nieuwkomer komt.

13. De ECM vraagt haar marktanalist om advies en die publiceert de volgende twee scenario's. Elk scenario is gebaseerd op een andere betalingsbereidheid. In beide scenario's zet Mito de eerste stap en kiest Napia daarna een prijsbeleid. De bedragen hebben betrekking op de winst in miljarden euro's. Getal rechtsboven is de winst van Napia, getal linksonder van Mito
Mito kan dus wel of niet toetreden en Napia kan vervolgens een hoge of een lage prijs instellen.

Scenario 1:



Scenario 2:



Wat wordt verstaan onder betalingsbereidheid van de consument?

De mate waarin een consument bereid is een hogere prijs te betalen voor een product.

14. Toon aan dat de betalingsbereidheid van de consument in scenario 1 groter is dan in scenario 2.

In scenario 1 heeft Napia bij een hoge prijs steeds een grotere winst dan in scenario 2, of Mioto nu wel of niet toetreedt.
Immers $16 > 4$ en $20 > 15$.

15. Leg uit dat er in scenario 1 nog ruimte op de markt is voor Mioto.

In scenario 1 is de gezamenlijke winst van Mioto en Napia steeds groter dan de monopoliewinst van Napia. In scenario 2 is dit juist niet het geval.

Dus: in scenario 1: $24 > 20$ en $11 > 10$

In scenario 2: $12 < 15$ en $4 < 20$

16. Heeft Napia in scenario 1 een dominante strategie?

Ja, namelijk een hoge prijs instellen. Immers $16 > 7$ en $20 > 10$

17. Is het voor Napia belangrijk om te weten wat Mioto doet in scenario 1?

Nee. Napia heeft immers een dominante strategie en zal dus altijd voor de hoge prijs kiezen.

18. Wat zal Mito doen in scenario 1?

Mito zal wel toetreden. Mito weet dat Napia zal kiezen voor de hoge prijs. Toetreden betekent dus voor Mito een winst van 8. Niet toetreden levert niets op.

19. Heeft Napia een dominante strategie in scenario 2?

Ja. Lage prijs invoeren.

20. Wat zal Mito doen in scenario 2?

Niet toetreden. Immers dan heeft ze een winst van 0. Treedt ze wel toe dan heeft ze een winst van -4 (verlies dus).