|  |  |
| --- | --- |
| **Thema** | **Marktvormen** |

Een consument is de vrager van producten. Een producent is de aanbieder van producten. De plek waar vragers en aanbieders elkaar tegenkomen, noem je een markt. Een markt kan een concrete markt zijn, bijvoorbeeld een veiling of een kaasmarkt, maar ook een winkel. Een markt kan ook abstract zijn, denk bijvoorbeeld aan de arbeidsmarkt.

**Inleiding**

Dit thema heet marktvormen. Je bestudeert de vraag naar en het aanbod van producten en ziet dat de prijs van een product te maken heeft met de vraag en het aanbod. Je bekijkt ook verschillende marktvormen. En leert dat een bedrijf verschillende ondernemingsvormen kan kiezen.

**Leerdoelen:**

**Aan het eind van het thema kun je:**

* uitleggen wat wordt bedoeld met de vraag naar en het **aanbod**van **producten**.
* in een grafiek een **vraaglijn** en een **aanbodlijn** aanwijzen en vervolgens de **evenwichtsprijs**en **evenwichtshoeveelheid**aflezen.
* twee factoren noemen die invloed hebben op de **vraag** naar een **product**.
* twee factoren noemen die invloed hebben op het **aanbod** van een **product**.
* de verschillen tussen de volgende **marktvormen** beschrijven:
  + **volkomen concurrentie**
  + **monopolistische concurrentie**
  + **monopolie oligopolie**
* de verschillen tussen de volgende **ondernemingsvormen**beschrijven:
  + **éénmanszaak**
  + **vennootschap onder firma**
  + **besloten vennootschap**
  + **naamloze vennootschap**
  + **stichting**

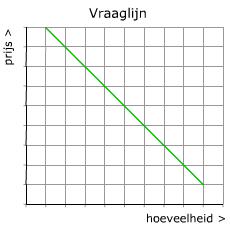
**Leerdoelen:**

**vraag en aanbod**

**Opdrachten**

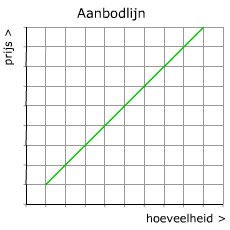
* Je kunt herkennen wie de **vragers** en **aanbieders** van producten zijn.
* Je kunt minimaal twee **persoonlijke factoren** noemen die invloed hebben op de vraag naar producten.
* Je kunt twee voorbeelden noemen van producten waarbij de producent weinig invloed heeft op de verkoopprijs van het product.
* Je kunt omschrijven wat met een **vraaglijn** en **aanbodlijn** wordt weergegeven.
* Je kunt aan de hand van een voorbeeld uitleggen wanneer een **vraaglijn** zal stijgen en wanneer deze zal dalen.
* Je kunt aan de hand van een voorbeeld uitleggen wanneer een **aanbodlijn** zal stijgen en wanneer deze zal dalen.
* Je kunt toelichten wat wordt bedoeld met de **evenwichtsprijs** en de **evenwichtshoeveelheid** door voor elk een voorbeeld te geven.

**De vraag naar een product**

Een consument is de vrager van producten.  
Welke producten worden gevraagd hangt af van de behoeften van de consument.  
De behoeften worden bepaald door persoonlijke factoren, zoals gezinssamenstelling, godsdienst, beroep, opleiding, inkomen, enz.  
  
Daarnaast hangt de vraag af van: de **prijs** van het product.  
Meestal geldt dat als de prijs stijgt, de vraag af zal nemen.

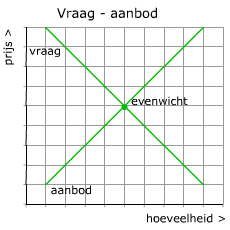
In de grafiek hiernaast zie je een zogenaamde **vraaglijn**.  
Op de verticale as zie je de prijs. Op de horizontale as de gevraagde hoeveelheid.

**Het aanbod van een product**

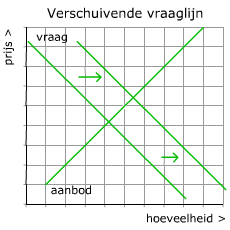
Bedrijven (producenten) zijn de aanbieders van producten.  
Om te kunnen blijven bestaan is het nodig dat bedrijven winst maken.  
De bedrijven zullen alleen producten aanbieden als de verkoopprijs hoger is dan de inkoopprijs.  
Soms kan een bedrijf de prijs van een product helemaal zelf vaststellen.  
Maar vaker zal hij bij het vaststellen rekening houden met zijn concurrenten.  
Zijn er heel veel concurrenten, dan heeft de aanbieder zelf weinig invloed op de prijs.

Hoeveel producten een bedrijf aanbiedt hangt dan af van de **prijs**.  
Meestal geldt dat als de prijs stijgt, de ondernemer meer producten zal aanbieden.

In de grafiek hiernaast zie je een zogenaamde **aanbodlijn**.  
Op de verticale as zie je de prijs. Op de horizontale as de gevraagde hoeveelheid.

Van veel producten wordt de prijs bepaald door de vraag naar het product en het aanbod van het product.  
  
In de grafiek hiernaast zie je een vraaglijn en een aanbodlijn.  
De aanbodlijn geeft aan hoeveel bedrijven bij verschillende prijzen willen aanbieden.  
De vraaglijn geeft aan hoeveel consumenten bij verschillende prijzen willen kopen.

Er is één prijs waarbij vraag en aanbod aan elkaar gelijk zijn.  
Je noemt dit de **evenwichtsprijs**.  
Bij de evenwichtsprijs hoort de **evenwichtshoeveelheid**.  
  
Van veel producten komt de prijs uit op de evenwichtsprijs.

**De vraaglijn verschuift**

De vraaglijn is een dalende lijn, immers bij een hoge prijs zal minder gevraagd worden dan bij een lage prijs. Als de prijs verandert, kom je op een ander punt op de vraaglijn terecht.  
  
De vraaglijn kan ook in zijn geheel verschuiven.  
De vraaglijn zal bijvoorbeeld naar rechts verschuiven als:

* het aantal consumenten toeneemt.
* Het inkomen van de consumenten toeneemt.

**marktvormen**

**Leerdoelen:**

* Je kunt met behulp van voorbeelden uitleggen wat het verschil is tussen een **abstracte** **markt** en een **concrete markt**.
* Je kunt met behulp van voorbeelden uitleggen wat het verschil is tussen een (**bijna**) **homogeen product** en een **heterogeen product**.
* Je kunt van de volgende vier **marktvormen** aangeven hoeveel aanbieders er zijn en welk soort producten worden aangeboden:  
  - **volkomen concurrentie  
  - monopolistische concurrentie   
  - monopolie  
  - oligopolie**
* Je kunt van elk van de boven genoemde **marktvormen** een voorbeeld geven.

Een markt waar je naartoe kunt gaan, wordt ook wel een **concrete markt** genoemd.  
Een markt die je niet kunt bezoeken noem je ook wel een **abstracte markt**. **Markt:**In de economie wordt met een markt het geheel van vraag en aanbod bedoeld. Je hebt markten waar je naartoe kunt gaan, zoals een veiling of een ruilbeurs, maar ook winkel. En je hebt markten die je niet kunt bezoeken, bijvoorbeeld de arbeidsmarkt.  
  
Op sommige markten is het **aantal** **aanbieders** heel groot. Er zijn bijvoorbeeld duizenden boeren die groenten aanbieden. Op andere markten zijn het aantal aanbieders juist klein. Als je een computer wilt kopen, heb je de keuze uit maar een paar merken.  
  
Op sommige markten is het product dat wordt aangeboden **homogeen**. Het maakt niet uit van welke producent het product komt. Een voorbeeld van een homogeen product is suiker.  
Op andere markten worden juist heterogene producten verhandeld. Merkkleding is een **heterogeen** product.

Je kunt markten onderverdelen door te kijken naar het aantal aanbieders en het soort product dat wordt aangeboden.

Vier marktvormen zijn:

* **volkomen** **concurrentie**:  
  veel aanbieders - homogeen product
* **monopolistische concurrentie:**veel aanbieders - heterogeen product
* **monopolie**: één aanbieder
* **oligopolie**: weinig aanbieders

**Volkomen concurrentie:**Zijn er op een markt veel aanbieders en veel vragers en is er sprake van een homogeen product dan spreek je van **volkomen concurrentie**.  
  
Een individuele ondernemer heeft op een markt van volkomen concurrentie geen invloed op de verkoopprijs. De prijs is voor hem een gegeven. Een ondernemer mag natuurlijk wel zelf beslissen hoeveel hij aanbiedt: de ondernemer is een **hoeveelheidsaanpasser**.   
  
Een voorbeeld van een markt die *lijkt* op een markt met volkomen concurrentie is de markt voor prei. Er zijn in Nederland duizenden boeren die prei aanbieden op de veiling en duizenden groentewinkels die prei willen kopen. En prei is een homogeen product: voor de kopers van de prei maakt het niet of de prei van de ene boer komt of van de andere boer.

**Monopolistische** **concurrentie**:  
Als veel aanbieders een heterogeen product aanbieden, spreek je van **monopolistische** **concurrentie**. Doordat het product dat de aanbieders aanbieden heterogeen is, is iedere aanbieder een uniek.  
De aanbieders ondervinden wel concurrentie van veel andere aanbieders, die een soortgelijk product aanbieden.

Voor bedrijven die opereren in een markt van monopolistische concurrentie is het van belang zich steeds te blijven onderscheiden van de concurrenten. Middelen in de concurrentiestrijd zijn: prijsbeleid, productontwikkeling, promotie, service, kwaliteit, enzovoorts.  
  
Bakkers zijn een goed voorbeeld van monopolistische concurrentie: iedere bakker heeft zijn eigen specialiteit, maar hij heeft wel te maken met veel concurrentie.

**Monopolie:**Er is sprake van een **monopolie** als er van een product maar één aanbieder is. In de praktijk zijn er maar weinig bedrijven die een monopolie hebben. Voorbeelden van bedrijven die een (bijna) monopoliepositie hebben zijn: een waterbedrijf, de Nederlandse Spoorwegen en PostNL.  
  
Je spreekt van een **wettelijke** **of** **overheidsmonopolies** als er volgens de wet maar één aanbieder van het product mag zijn.  
  
Een **natuurlijke** **monopolies** is een monopolie dat ontstaat omdat bijvoorbeeld een bepaalde grondstof maar op één plaats voorkomt.  
  
Een **economisch** **monopolies** ontstaat als een onderneming het alleenrecht heeft om een product op de markt te brengen. Vaak is dat alleenrecht gebaseerd op een patent of octrooi. Of door een concurrentiestrijd kan een onderneming nog de enige overgebleven aanbieder zijn op een markt.

**Oligopolie:**Bij een **oligopolie** zijn er enkele aanbieders die de markt beheersen. Het product dat wordt aangeboden kan zowel homogeen als heterogeen zijn.  
  
Een voorbeeld van een homogeen oligopolie is de markt voor ruwe olie. Een voorbeeld van een heterogeen oligopolie is de automarkt.  
Bij een homogeen oligopolie kunnen oligopolisten elkaar eigenlijk alleen beconcurreren op de prijs. Het gevaar is een **prijzenoorlog** waardoor uiteindelijk de winst voor alle aanbieders daalt.  
  
Bij een heterogeen oligopolie kunnen de aanbieders elkaar natuurlijk ook op de prijs beconcurreren, maar daarnaast kunnen ze proberen marktaandeel te winnen door zich te onderscheiden op gebieden als innovatie, vormgeving, kwaliteit, service, garantie, enz.

**Toetreding**  
De omvang van een markt voor een bepaald product is het aantal vragers en aanbieders van dat product. Je spreekt van **toetreding** als een andere ondernemer hetzelfde product aan gaat bieden. Het aantal aanbieders neemt dan dus toe.

**Ondernemingsvormen**

**Leerdoelen:**

* Je kunt vijf **juridische ondernemingsvormen** noemen.
* Je kunt omschrijven hoe het zit met de aansprakelijkheid binnen de **ondernemingsvormen.**
* Je kunt de verschillen in **heffingen** tussen de **ondernemingsvormen** noemen.
* Je kunt uitleggen wat wordt bedoeld met beleggen in **aandelen** en met beleggen in **obligaties.**

**Ondernemingsvormen:**Als je een bedrijf gaat beginnen, moet je je bedrijf inschrijven bij de Kamer van Koophandel (KvK). Bij de KvK moet je aangeven welke ondernemingsvorm of rechtsvorm je bedrijf gaat krijgen. De keuze heeft gevolgen voor de belastingverplichting en de aansprakelijkheid.

Ondernemingen kun je onderverdelen naar **rechtsvorm**.  
Bij de keuze voor een bepaalde rechtsvorm zijn de volgende zaken van belang:

* Wie is de eigenaar van de onderneming?
* Wie heeft de leiding van de onderneming?
* Hoe is de financiering geregeld?
* Welke belastingen moeten er betaald worden?

Vijf ondernemingsvormen zijn:

* de eenmanszaak
* de Vennootschap onder Firma (VOF)
* de Besloten Vennootschap (BV)
* de Naamloze Vennootschap (NV)
* de Stichting

**Eenmanszaak:**De onderneming is eigendom van één persoon die meestal ook de leiding heeft van de onderneming. De eigenaar is **volledig** **aansprakelijk** voor alle schulden van de zaak, niet alleen voor het bedrag dat in de zaak is gestoken, ook met zijn privévermogen.Over de winst betaalt de eigenaar **inkomstenbelasting**.

**Vennootschap onder firma (VOF):**Het eigendom (en de leiding) van een VOF zijn in handen van twee of meer firmanten of vennoten. Iedere vennoot is **volledig** **aansprakelijk** voor de schulden, ook met zijn privévermogen.

De firmanten verdelen de winst in verhouding tot de ingebrachte vermogens. Over die winst betalen ze **inkomstenbelasting**.

**Besloten vennootschap (BV)**  
Bij een BV zijn de aandeelhouders de eigenaren van de onderneming. De aandelen staan op naam. Er is meestal maar een kleine groep aandeelhouders.  
De aandeelhouders zijn **aansprakelijk voor het bedrag dat ze aan aandelen hebben**. Een aandeelhouder is dus niet volledig aansprakelijk.  
Een BV betaalt over de winst **vennootschapsbelasting**. De aandeelhouders betalen **inkomstenbelasting**.  
  
**Naamloze vennootschap (NV)**  
Bij een NV zijn de aandeelhouders de eigenaren van de onderneming. De aandelen staan niet op naam. De leiding van de NV is in handen van een door de aandeelhouders benoemde directie.  
De aandeelhouder loopt slechts **risico voor het bedrag dat hij aan aandelen heeft gekocht**.  
Over de winst (dividend) betalen de aandeelhouders **dividendbelasting**en **inkomstenbelasting**.

De stichting is een beetje een vreemde eend in de bijt.  
Wil je een bepaald maatschappelijk, sociaal of ideëel doel realiseren, dan kun je kiezen voor de stichting als rechtsvorm. Je hebt bijvoorbeeld stichtingen voor natuurbehoud, voor de hulp aan andere mensen of voor de verspreiding van cultuur? Een stichting herken je doordat er stichting in de naam staat.  
  
Anders dan de andere ondernemingsvormen is het doel van een stichting niet het maken van winst.  
De bestuurders van een stichting zijn **niet privé aansprakelijk** zijn voor de schulden. Een stichting betaalt wel **vennootschapsbelasting** als de 'winst' boven een bepaald bedrag uitkomt.

**Aandelen:**Een BV en een NV werken met aandelen.  
Iedere aandeelhouder van een BV of NV is voor een deel de eigenaar van het bedrijf. Bij een BV zijn alle aandeelhouders bekend. De aandelen staan op naam.  
Bij een NV zijn er vaak heel veel aandeelhouders.  
  
Als je een aandeel hebt in een bedrijf dan mag je samen met de andere aandeelhouders bijvoorbeeld beslissen over wat er met de winst gebeurt.  
Soms wordt besloten een deel van de winst uit te keren aan de aandeelhouders. Je noemt dividend uitkeren.

Van sommige grote bedrijven kun je aandelen kopen op de **beurs**.  
De waarde van aandelen kan veranderen. Doet een bedrijf het goed dan stijgt de waarde meestal. Doet een bedrijf het slecht dan daalt de waarde.  
Een **belegger** is iemand die handelt in aandelen. Hij probeert de aandelen goedkoop in te kopen en probeert ze met winst te verkopen.

**Obligaties**  
Soms werken bedrijven (of de overheid) met obligaties. Als een bedrijf (of de overheid) geld nodig heeft om te investeren kan het door het uitgeven van obligaties aan geld komen. Een obligatie is een schuldbewijs. De bezitter van de obligatie krijgt rente van het bedrijf dat de obligatie heeft uitgegeven.  
De bezitter van een obligatie kan de obligatie doorverkopen. Je zegt de obligaties zijn **verhandelbare schuldbewijzen.**