

goe01 MARKT EN MARKTVORM

Een **markt** is het geheel van vraag naar en aanbod van een bepaald goed. Het gaat hierbij niet om een concrete of zichtbare markt, een plaats waar gehandeld wordt, maar om een abstracte markt.

De omstandigheden waaronder de prijsvorming op de markt plaatsvindt noemen we de **marktvorm**.

In het onderstaande schema zijn op basis van het aantal aanbieders en de aard van de goederen vier marktvormen onderscheiden.

MARKTVORMEN	AANBIEDERS	GOEDEREN
VOLKOMEN CONCURRENTIE	veel	homogeen
ONVOLKOMEN CONCURRENTIE:		
- MONOPOLIE	één	homogeen
- MONOPOLISTISCHE CONCURRENTIE	veel	heterogeen
- OLIGOPOLIE	enkele	heterogeen

Kenmerken van **volkomen concurrentie**:

- Er zijn veel vragers en aanbieders.
- Er worden homogene goederen verhandeld. Homogene goederen zijn goederen die in de ogen van de vragers geheel aan elkaar gelijk zijn, er zijn dus geen kopersvoorkeuren.
- De markt is doorzichtig of transparant. Alle vragers en aanbieders zijn op de hoogte van alles wat er op de markt gebeurt.
- Er is vrije toe- en uittrading. Er zijn geen belemmeringen om met de productie te beginnen of te stoppen.

Op een markt met volkomen concurrentie is de prijs die op de markt tot stand komt een gegeven voor de individuele producent. Het marktaandeel van iedere producent is zo gering, dat hij door het wijzigen van de hoeveelheid die hij verkoopt geen invloed kan uitoefenen op de marktprijs.

Omdat een individuele aanbieder op een markt met volkomen concurrentie de aangeboden hoeveelheid aanpast aan de marktprijs noemen we zo'n aanbieder een **hoeveelheidsaanpasser**.

Er is sprake van **monopolie** wanneer één aanbieder de markt beheerst.

De macht van een monopolist is niet onbeperkt:

- Er is concurrentie van substitutiegoederen.
- Bij een hogere prijs zullen de consumenten minder kopen.
- Nieuwkomers kunnen toetreden als de monopolist een te hoge prijs vaststelt.
- Bij misbruik van de machtspositie kan de overheid maatregelen nemen.

Omdat een individuele aanbieder op een markt met monopolie de prijs zelf vaststelt noemen we zo'n aanbieder een **prijzetter**.

Van **monopolistische concurrentie** is sprake wanneer veel aanbieders op een heterogene markt aanbieden. Er bestaan dus kopersvoorkeuren.

Monopolistische concurrentie is een combinatie van monopolie en volkomen concurrentie.

Aanbieders op een markt met monopolistische concurrentie zijn een beetje monopolist omdat zij volgens de consumenten producten aanbieden die iets verschillen van de producten van de concurrenten. Zij kunnen in beperkte mate zelf hun prijs bepalen, maar omdat de concurrenten sterk verwante producten aanbieden moeten zij serieus rekening houden met wat hun concurrenten doen.

Omdat andere producenten sterk verwante producten aanbieden is het voeren van reclame belangrijk.

Wanneer op een markt enkele aanbieders met elkaar concurreren is er sprake van **oligopolie**.

Zodra op een markt enkele aanbieders met elkaar concurreren, zijn uiteenlopende gedragingen van deze aanbieders denkbaar. Enerzijds bestaat de mogelijkheid van een concurrentiestrijd op leven en dood die allen benadeelt en waarvan de zwaksten de dupe worden (prijzenoorlog), anderzijds is een vergaande vorm van samenwerking niet uitgesloten (kartelvorming).

De marketingmix omvat een aantal instrumenten (de vijf P's) die bedrijven kunnen gebruiken in de concurrentiestrijd: **prijsbeleid**, **productbeleid** (kwaliteit, garantie, service), **promotiebeleid** (reclame), **plaatsbeleid** (distributie) en **personeelsbeleid**.

Oligopolisten hebben de neiging elkaar min of meer met rust te laten voor wat betreft de prijzen en elkaar op andere fronten te beconcurreren.