

## Marktvormen

<b>Vak</b>
Economie
<b>Leerjaar / sector</b>
4 havo
<b>Context</b>
<p>De leerlingen onderzoeken aan de hand van voorbeelden uit de eigen omgeving welke marktvormen er zijn en hoe deze verschillende marktvormen kunnen worden toegepast op diensten. Waar het bij de opdracht om gaat, is hoe je dit onderzoekt en of je dit onderzoek juist uitvoert. Daarbij geldt dat de betere leerlingen hun waarnemingen controleren, staven op basis van meerdere bronnen.</p> <p>Het doel van het onderzoeken is dat de leerlingen leren hoe zij voor producten en afzonderlijke diensten kunnen vaststellen van welke marktvorm sprake is. Dit bepalen ze aan de hand van (systematisch) theoretisch en praktisch onderzoek naar concrete diensten die in de directe omgeving te onderscheiden.</p>
<b>Leerdoelen</b>
<p><i>Leerdoel voor de hele lessenserie:</i>        Ik kan aan de hand van voorbeelden uit mijn eigen omgeving onderzoeken welke marktvormen er zijn en hoe deze verschillende marktvormen kunnen worden toegepast op diensten.</p> <p><i>Succescriteria lessenserie</i>        Ik kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• criteria opstellen en deze gebruiken om producten en diensten te classificeren naar type marktvorm;</li> <li>• criteria opstellen en deze gebruiken waarbij ik kan aangeven wanneer deze classificatie scherp geconcludeerd kan worden en wanneer dit minder scherp kan;</li> <li>• aangeven welke barrières van invloed zijn op de gekozen marktvorm bij een bepaald product of dienst en aan de hand van een bron illustreren waaruit blijkt dat er sprake van een barrière is;</li> <li>• uitleggen hoe consumentengedrag en de verandering van consumentengedrag van invloed is op de bepaling van een type marktvorm;</li> <li>• uitleggen of en hoe een (scherpe) wijziging van de conjuncturele situatie van invloed is op de vraag- en aanbodverhoudingen en daarmee de marktvorm.</li> </ul>
<b>Aantal lessen</b>
2 lessen
<b>Fase(n) van de FE-cyclus</b>



In les 2 staan de fasen 3, 4 en 5 centraal. De leerlingen komen met een eerste verkenning. De observaties van de leerlingen analyseer je met de gehele klas via een onderwijsleergesprek en vervolgens gaan de leerlingen aan de hand van een nieuwe dienst kijken of ze de criteria goed kunnen toepassen.

## Uitvoering lesactiviteit

### Materialen / hulpmiddelen

- Leerlingen beschikken over een tablet of laptop met internet en PowerPoint.
- Kaartjes met diverse diensten.
- Eventueel: een presentatie (PowerPoint, Prezi) met de opdrachtinstructie.

### Vorbereiding

- Inventarisatie maken van de diensten die onderzocht worden (les 1). In geval van 8 subgroepjes van 3 leerlingen zijn dit 8 x 2 voorbeelden.
- Op grond van deze voorbeelden bepaalt de leraar een achttal voorbeelden van diensten die niet in deze verkenning zijn meegenomen en noteert deze op een kaartje.

### Lesopzet globaal

#### Les 1

- De leraar introduceert de opdracht rondom het herkennen en classificeren van 'markt vormen'.
- De leerlingen beschrijven een tweetal diensten die ze willen classificeren.
- De leerlingen achterhalen welke criteria er zijn om markt vormen te beschrijven.
- De leerlingen passen deze criteria toe op het tweetal diensten.

#### Les 2

- De leraar bespreekt dat wat de leerlingen onderzocht hebben en hoe zij hebben geconcludeerd van welke markt vorm sprake is. De leraar bespreekt hierbij nadrukkelijk of deze criteria inderdaad goed zijn toegepast en of inderdaad een conclusie 'hier is sprake van monopolistische concurrentie' scherp te trekken is.
- De leraar bespreekt de rol van het begrip toetredingsbarrières. En illustreert deze aan de hand van enkele diensten (bijvoorbeeld een bakker, een garagehouder en een notaris).
- De leraar bespreekt hoe de leerlingen nu van een andere dienst kunnen onderzoeken van welke markt vorm sprake is en hoe de conclusie 'beter' te trekken is.
- De leerling laat aan de hand van een andere dienst zien dat zij het toepassen van de gestelde classificatie van markt vormen kan toepassen.
- De leraar bespreekt de invloed van de economische situatie op dit onderzoek en gaat daarbij in op of de vraag naar een dienst gevoelig is voor conjuncturele schommelingen en hoe de verandering van de conjunctuur doorwerkt op de aanbodzijde.

### Lesopzet gedetailleerd

### Achtergrondinformatie

In het examenprogramma economie moeten leerlingen havo de begrippen ‘volkomen concurrentie’, ‘monopolistische concurrentie’, ‘homogeen en heterogeen oligopolie’ en monopolie kunnen toepassen. Leerlingen leren dat deze markt vormen zich langs bepaalde kenmerken laten beschrijven: *hoe* kan je voor een concrete dienst deze kenmerken in kaart brengen en *hoe* kan je dan vervolgens de markt vorm classificeren? En kan je de conclusie, bijvoorbeeld ‘hier is sprake van monopolistische concurrentie’ scherp stellen en waarom kan je dit bij de ene dienst scherper doen als bij een andere dienst?

De leerlingen kunnen vervolgens zien hoe deze classificatie zich leent om de mate van concurrentie op een markt te bepalen. De leerlingen gaan dit onderzoeken en moeten daartoe bepalen hoe zij die diverse kenmerken kunnen onderzoeken. Hoe kan je bepalen wie de concurrenten zijn in geval van een bakker? Hoe kan je dat bepalen in geval van een notaris? En welke criteria gebruik je blijkbaar om te bepalen of er sprake is van concurrentie op een markt? Wat is de factor ‘fysieke’ nabijheid of afstand hierbij? Maar ook: wat zijn andere barrières als het gaat om het als aanbieder toetreden tot een bepaalde markt en wat is de rol van de overheid hierbij? En hoe werkt een situatie van laagconjunctuur of hoogconjunctuur door op deze bepaling?

*Les 1 – welke diensten worden er geleverd? – ‘help, ik zoek een ander!’*

De leraar start de les met de vraag: hoe herken je markt vormen in de praktijk? Leerlingen kijken welke diensten in de nabije omgeving aangeboden/ gevraagd worden. De leerlingen benoemen in welke behoefte(n) deze dienst voorzien.

De leerlingen brengen in kaart welke criteria worden gehanteerd om de markt vorm te beschrijven. Leerlingen geven aan hoe deze criteria in de praktijk zichtbaar zijn. De leerlingen gaan daarbij in subgroepjes aan de slag en noteren hun criteria. Elk subgroepje kiest een tweetal ‘afwijkende’ diensten. Voorbeelden van een dienst kunnen zijn: de boekhandelaar versus de hypotheekadviseur of de postbode versus de docent economie. De leerlingen onderzoeken de markt vorm waarvan sprake is. Ze onderbouwen daarbij hun antwoord aan de hand van de theorie uit het boek over markt vormen, in combinatie met het toepassen van deze theorie.

Het is goed om de leerlingen op ‘andere’ gedachten te brengen, om het onderzoeken te verdiepen. Neem als voorbeeld ‘de oppasser’. Hoe kan je bepalen van welke markt vorm er sprake is? Wat bepaalt vraag en aanbod op deze markt – en daarmee het aantal aanbieders en vragers (en hoe deze zich tot elkaar verhouden). Zie ook het kader rechts.

Let op: thuis moeten de leerlingen dit verder uitwerken.

*Les 2 (60 minuten)*

De tweede les start met het bespreken van dat wat ze de vorige les en thuis hebben bedacht en theoretisch hebben onderbouwd. Vanuit elk subgroepje presenteert een leerling aan wat ze bedacht hebben. Tijdens dit inbrengen van de uitgewerkte voorbeelden, zal al blijken dat de leerlingen verschillend te werk zijn gegaan of/ en verschillende conclusies hebben getrokken. De leraar brengt vragen in die leerlingen laten inzien dat het vaststellen van bijvoorbeeld het aantal aanbieders (welke aanbieders er zijn) niet eenvoudig te stellen is. Doel hiervan is om aan te stippen dat er blijkbaar

*Een makelaar of een notaris zijn goede voorbeelden om op in te zoomen: wanneer spreek je van meerdere aanbieders en hoe ga je daarbij om met ‘internetaanbieders’? Het vereist feitelijk dat je het product goed definieert: zoek je een notaris die je ‘live’ kunt zien? Zoek je een notaris die je binnen een uur van je woonplek kunt zien? En in hoeverre moet deze notaris dan de lokale omstandigheden kennen of niet? In geval van een makelaar kan dit betekenen dat leerlingen via funda.nl hebben gekeken welke makelaars er in de buurt zijn. Indien zij een makelaar hebben bevraagd op het punt (‘zijn er in uw portefeuille ook woningen met een straal van 10 kilometer en verder?’) hebben ze nog verder doorgezocht/ geverifieerd. Interessant wordt dan de vraag: ‘en makelaarsland.nl is dat nu ook een aanbieder?’ Of: ‘hoe moet je makelaarsland.nl in deze analyse zien?’ Hoe kun je dat in je onderzoek meenemen?*

factoren zijn, te herleiden tot *toetredingsbarrières*, die bepalen of er sprake is van meerdere aanbieders of niet.

Als leraar breng je goed in kaart hoe je bij de leerlingen kunt 'checken' of zij zich zelf ook bepaalde vragen hebben gesteld bij de door hun gekozen dienst. Denk aan vragen als: 'Jullie hebben gekeken naar een bakkerij, maar hoe zien jullie dan de rol van bakker X in het dorp Y?' Idem, zeg ook: 'nou ja, denken jullie dat dat de concurrenten zijn en gaan jullie het daar dan kopen? Of zoek je toch even verder...'

Aan de hand van het klasseleergesprek maak je uiteindelijk de criteria zichtbaar waarmee je de marktform kunt 'vaststellen'.

Als de leerlingen nu per subgroepje opnieuw hebben bepaald wat de marktform is, kan je als docent nu ingaan op hoe de economische situatie van invloed is op de beschreven markten. Hoe werkt een situatie van laagconjunctuur of hoogconjunctuur door op het aantal aanbieders? Hoe werkt dit door op het gedrag van de vragers?

- Hoe kan de economische situatie nog meer doorwerken op het aanbod? Denk aan bakker of makelaar of ... ?
- Is hier dan sprake van een toetredingsbarrière? Welke barrières zien we nog meer? En is dat een harde grens of niet?

Nu is het zaak om te kijken of de leerlingen dit op een nieuwe situatie kunnen toepassen. De leraar deelt kaartjes uit waarop een nieuw te onderzoeken dienst staat genoteerd en de leerlingen gaan in hun subgroepje aan de slag met het onderzoeken van de criteria en daarmee het bepalen van de marktform.

Uiteindelijk worden deze uitwerkingen weer besproken in een klasgesprek en kan gekeken worden of de leerlingen inderdaad de criteria kunnen toepassen. Hebben de leerlingen zichzelf de juiste vragen gesteld om de situatie met betrekking tot de marktform te onderzoeken? Hebben de leerlingen de marktform juist bepaald?

### Differentiatie en variatie

- De leerling bezoekt een dienst die valt onder één van de marktformen.
- De leerling interviewt een persoon die werkt bij een dienst die van toepassing is op de voorkomende marktformen en vraagt uit hoe deze persoon naar concurrentie kijkt.

## Terugblik en tips van de ontwikkelaar

### Reflectie op de aanpak

- Deze aanpak begint niet met fase 1, maar leerlingen ontdekken gaandeweg het doel van opdracht en denken hier actief met de leraar gedurende de tweede les over na.
- Reflecteer met leerlingen op zowel de inhoudelijke opdracht als het onderzoeksproces. Leerlingen moeten leren dat de uitkomst via verschillende manieren kan worden achterhaald, maar dat voor de kwaliteit van de uitkomst zichzelf keuzen moeten maken die van invloed zijn. Daarbij geldt ook dat de leerling zich bewust moet zijn van de kwaliteit van de bron: dit betreft zowel de bron in geval van desk research als in geval van field research.

### Tips voor gebruikers

- Maak nut/relevantie van elke leeractiviteit duidelijk in het licht van leren en eigenaarschap.
- Benoem ook diensten die leerlingen minder van nature noemen. Als het gaat om de opdracht valt te denken aan bijvoorbeeld 'advocatuur' of 'de notaris'. Het gaat hierbij ook om aan de orde te stellen dat deze diensten lijfelijk aanwezig zijn, maar ook via telefoon/ internet ook op een andere wijze te verkrijgen zijn.
- Benoem ook diensten vanuit de niet-commerciële sector (zoals rechtspraak), in het bijzonder ook de informele sector (zoals mantelzorg). Hoe moeten dergelijke diensten worden geduid als het gaat om het begrip marktvormen?
- Diensten/ marktvormen lijken technische begrippen: maar er is toch sprake van een graduele schaal als het gaat het beschrijven van marktvormen (met de schoonmaakster/ oppasser als typerende voorbeelden).

### Auteur(s)

#### Naam auteur

Marc den Elzen is curriculumexpert economische vakken in het voortgezet onderwijs bij SLO, landelijk expertisecentrum leerplanontwikkeling.