

Algemene economische basisprincipes



Noordhoff Uitgevers

D.J. de Jong & C. J. de Lange

4^e druk

Algemene economische basisprincipes

D.J. de Jong

C.J. de Lange

Vierde druk

Noordhoff Uitgevers Groningen/Utrecht

Ontwerp omslag: G2k, Groningen/Amsterdam

Omslagillustratie: iStock

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB
Groningen of via het contactformulier op www.mijnnoordhoff.nl.

Aan de totstandkoming van deze uitgave is de uiterste zorg besteed. Voor informatie die desondanks onvolledig of onjuist is opgenomen, aanvaarden auteur(s), redactie en uitgever geen aansprakelijkheid. Voor eventuele verbeteringen van de opgenomen gegevens houden zij zich aanbevolen.



0 / 18

© 2018 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Utrecht, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische veelevoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprerecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprerecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN(ebook) 978-90-01-88960-9

ISBN 978-90-01-88959-3

NUR 781

Woord vooraf

Studenten aan de economische opleidingen in het hoger beroepsonderwijs worden voorbereid op functies in het bedrijfsleven en in de non-profitsector waarvoor inzicht in actuele economische ontwikkelingen onontbeerlijk is. Dit boek dekt het kernvakgebied 'economics' van de Standaard Bachelor of Business Administration.

De economische omgeving waarin bedrijven en non-profitinstellingen opereren, oefent grote invloed uit op hun resultaten en mogelijkheden. Zonder inzicht in de werking van de economie kan niet adequaat worden ingespeeld op kansen en bedreigingen die vanuit de economische omgeving naar voren komen.

Dit studieboek behandelt in kort bestek de beginselen van de algemene economie waarbij relevantie van de onderwerpen voor het bedrijfsleven centraal staat. Eerstejaarsstudenten in het hoger economisch onderwijs leren met een algemeen economische bril te kijken naar de elementen in de interne en externe omgeving van ondernemingen die bij hun opleiding centraal staan. Daartoe hebben studenten kennis van de belangrijkste deelgebieden van de economie: macro-economie, micro-economie, overheidsfinanciën, geld, en internationale economische betrekkingen. Met behulp van die kennis behoren studenten in staat te zijn berichtgeving op economisch terrein in de media te kunnen lezen, begrijpen en interpreteren.

Studenten zijn in staat de economische beweegredenen van de verschillende belangengroepen in de maatschappij te doorgronden. Werknemers, aandeelhouders, werkgevers, overheid en andere belangengroepen, zoals consumentenorganisaties en milieuorganisaties, zullen ieder een heel verschillende waarde toekennen aan dezelfde economische ontwikkelingen. Daarnaast is het onderwijs in het hoger beroepsonderwijs bijzonder dynamisch van aard. Voortdurend doen nieuwe onderwijskundige concepten hun intrede. Een belangrijke hedendaagse ontwikkeling is het inrichten van het onderwijsproces op het zich eigen maken van competenties door studenten. Hierdoor wordt de integratie van verschillende vakinhouden tot samenhangende leergebieden op beroepsterrein verder gestimuleerd. Dit boek maakt het mogelijk economische kennis direct toe te passen in concrete beroepsvraagstukken op het terrein van de economische opleidingen.

Daarnaast is er de tendens dat voor afzonderlijke vakken steeds minder lesuren en credits gereserveerd worden in het onderwijs. Dat maakt het noodzakelijk leerstof compact aan te bieden om de geringe hoeveelheid tijd zo efficiënt mogelijk te benutten. Ook maakt dit het noodzakelijk de leerstof zo vorm te geven dat studenten hier op eigen kracht mee kunnen werken.

De economische opleidingen worden geconfronteerd met een groeiende instroom van studenten, met name uit het middelbaar beroepsonderwijs, die geen of nauwelijks algemene economie in hun vooropleiding hebben gehad. De overzichtelijke wijze van behandeling en de vele concrete voorbeelden maken het boek ook voor deze groep zeer toegankelijk.

D.J. de Jong
C.J. de Lange

Groningen, voorjaar 2018
Beverwijk

Inhoud

Inleiding 8

1 Plaatsbepaling en basisbegrippen 11

- 1.1 Externe bedrijfsomgeving 13
 - 1.2 Het centrale economische probleem 14
 - 1.3 Producers en consumenten 15
 - 1.4 Economische wetenschappen 18
 - 1.5 Economische modellen 19
- [Kernbegrippenlijst 21](#)

DEEL 1

Bedrijven, consumenten en overhead 24

2 Vraag 27

- 2.1 Vraagbepalende factoren 29
 - 2.2 Behoeftes 30
 - 2.3 Prijs 31
 - 2.4 Prijzen van andere goederen 33
 - 2.5 Inkomen 35
- [Kernbegrippenlijst 37](#)

3 Aanbod 41

- 3.1 Soorten bedrijven 43
 - 3.2 Balans en resultatenrekening 46
 - 3.3 Productie en kosten 47
 - 3.4 Aanbod op lange termijn 52
 - 3.5 Opbrengsten en winst 55
- [Kernbegrippenlijst 58](#)

4 Markten 63

- 4.1 Marktstructuren 65
- 4.2 Volkomen concurrentie 66
- 4.3 Monopolie 70
- 4.4 Oligopolie 72
- 4.5 Prijsdiscriminatie en prijsdifferentiatie 75

- 4.6 Monopolistische concurrentie 76
- 4.7 Vijfkrachtenmodel van Porter 77
- 4.8 Concurrentie en productlevenscyclus 80
Kernbegrippenlijst 82

5 Overheidsingrijpen in markten 87

- 5.1 Marktfalen 89
- 5.2 Externe effecten 90
- 5.3 De overheid als producent 93
- 5.4 Ingrijpen in marktgedrag 95
- 5.5 Overheidsingrijpen in de inkomensverdeling 99
- 5.6 Overheidsfinanciën 101
- 5.7 Overheidsfalen 105
Kernbegrippenlijst 109

DEEL 2

Macro-economie 112

6 Productie en bestedingen 115

- 6.1 Productie 117
- 6.2 Toegevoegde waarde, productie en inkomen 118
- 6.3 Bestedingen 122
Kernbegrippenlijst 127

7 Inkomensevenwicht 131

- 7.1 Economische kringloop 133
- 7.2 Analyse van het inkomensevenwicht 137
- 7.3 Onderbesteding en overbesteding 139
- 7.4 Multiplier 141
Kernbegrippenlijst 142

8 Groei en conjunctuur 145

- 8.1 Economische groei op lange termijn 147
- 8.2 Conjunctuurcyclus 149
- 8.3 Soorten conjunctuurbewegingen 154
- 8.4 Investerings en de conjunctuurcyclus 155
- 8.5 Conjunctuurgevoeligheid van bedrijfstakken 156
Kernbegrippenlijst 159

9 Arbeidsmarkt en macro-economisch overheidsbeleid 163

- 9.1 Doelstellingen van macro-economisch beleid 165
- 9.2 Duurzame economische groei 166
- 9.3 Arbeidsmarkt 167

- 9.4 Loonvorming op de arbeidsmarkt 169
- 9.5 Werkloosheid 171
- 9.6 Arbeidsmarktbeleid en macro-economisch beleid 173
Kernbegrippenlijst 178

DEEL 3

Geld en internationale economie 182

10 Geld, inflatie en financiële markten 185

- 10.1 Rol van geld in de economie 187
- 10.2 Aanbod van geld 188
- 10.3 Financiële instellingen 191
- 10.4 Vraag naar geld 194
- 10.5 Inflatie 197
- 10.6 Oorzaken en gevolgen van inflatie 199
- 10.7 Deflatie 201
- 10.8 Monetair beleid 202
- 10.9 Vermogensmarkten 203
- 10.10 Rente en rendement 207
Kernbegrippenlijst 209

11 Internationale handel en economische integratie 215

- 11.1 Globalisering 217
- 11.2 Vrijhandel 220
- 11.3 Protectie 223
- 11.4 Economische integratie 227
- 11.5 Europese Unie 230
- 11.6 Mondiale economische samenwerking 233
Kernbegrippenlijst 235

12 Betalingsbalans en valutamarkt 239

- 12.1 Open en gesloten economieën 241
- 12.2 Betalingsbalans 241
- 12.3 Valutamarkt 244
- 12.4 Wisselkoersen en concurrentiepositie 247
- 12.5 Wisselkoerssystemen 251
- 12.6 EMU en euro 253
Kernbegrippenlijst 257

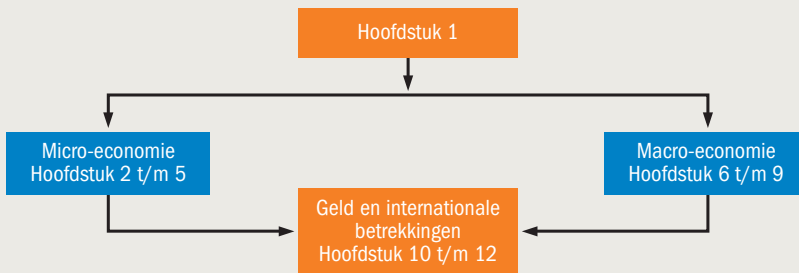
Lijst met afkortingen en symbolen 260

Register 262

Over de auteurs 268

Inleiding

Algemene economische basisprincipes is bedoeld voor eerstejaarsstudenten in het hoger economisch onderwijs en is ook geschikt voor studenten die in hun vooropleiding niet of nauwelijks kennis hebben gemaakt met algemene economie. Het boek verschaft de basiskennis van de algemene economie die nodig is om de invloed van nationale en internationale economische ontwikkelingen op het reilen en zeilen van bedrijven te begrijpen. De opbouw van het boek is in het volgende schema weergegeven.



Elk hoofdstuk begint met een artikel met een onderwerp uit de werkelijke wereld waarin de essentie van het hoofdstuk terug te vinden is. In de afzonderlijke paragrafen wordt er een relatie gelegd tussen het openingsverhaal en de inhoud van de betreffende paragraaf.

Hoofdstuk 1, een inleidend hoofdstuk, begint met een globale beschrijving van de externe omgeving van bedrijven. Daarna komen de hoofdvragen van de economie aan de orde: wie moet er produceren, voor wie moet er geproduceerd worden, wie neemt de economische beslissingen, hoe wordt er geproduceerd en waar wordt geproduceerd? Hierbij worden fundamentele begrippen als schaarste, productie en consumptie, en economische orde besproken. Ten slotte wordt ingegaan op de plaats van algemene economie binnen het totaal der economische wetenschappen.

Deel 1 gaat in op micro-economie. Hoofdstuk 2 behandelt de vraagkant van markten: welke factoren beïnvloeden de vraag van consumenten naar goederen en diensten? De verschillende elasticiteiten en hun betekenis voor de marktbenadering door bedrijven komen aan bod. In de hoofdstukken 3 en 4 komt de aanbodkant van markten aan de orde. In hoofdstuk 3 staan kosten en opbrengsten van bedrijven en de financiële stukken van bedrijven centraal. In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op de verschillende marktvormen. Hoofdstuk 5 behandelt het overheidsingrijpen in markten. Ook de functies van de overheid met betrekking tot de inkomensverdeling in de maatschappij worden hier toegelicht. Ten slotte verschaft dit hoofdstuk een inleiding op de leer van de overheidsfinanciën.

Deel 2 behandelt de macro-economie. Hoofdstuk 6 gaat over bestedingen en het begrip toegevoegde waarde. Hoofdstuk 7 geeft een beschrijving van de relaties in de macro-economie. Daarnaast komt de analyse van het inkomensevenwicht hier aan de orde. Aangegeven wordt hoe lekken en injecties nieuwe inkomensevenwichten tot stand kunnen brengen. Daarna behandelt hoofdstuk 8 de ontwikkeling van de economie in de loop van de tijd. Zowel het groeipad op lange termijn als kortetermijnafwijkingen van dit groeipad worden geanalyseerd. De rol van de investeringen hierbij wordt uitgebreid toegelicht. Ook het verschil in conjunctuurgevoeligheid tussen verschillende bedrijfstakken en de manieren waarop bedrijven conjunctuurgevoeligheid kunnen verminderen, passeren de revue. Hoofdstuk 9 ten slotte behandelt de arbeidsmarkt en het macro-economisch beleid van de overheid.

Deel 3 gaat over geld en internationale economische betrekkingen. Hoofdstuk 10 geeft het enorme belang van geld voor de economische ontwikkeling weer. De nadruk wordt gelegd op het belang van vertrouwen in de waarde van geld. Dat komt terug bij de behandeling van het monetair beleid van de Europese Centrale Bank. Het laatste deel van het hoofdstuk gaat over de verschillende vermogensmarkten.

Hoofdstuk 11 gaat in op de vraag waarom internationale handel bestaat. Zowel de positieve als de negatieve aspecten van internationale handel komen aan bod. Daarmee worden ook de redenen duidelijker waarom regeringen in bepaalde gevallen sommige bedrijfstakken tegen buitenlandse concurrentie willen beschermen. Een heel belangrijk onderwerp in dit hoofdstuk is economische integratie. De nadruk ligt hierbij op de Europese Unie, maar ook samenwerkingsvormen op mondiale schaal komen aan bod.

Het laatste hoofdstuk gaat over de betalingsbalans en de betekenis hiervan voor bedrijven die willen exporteren of een vestiging willen opzetten in het buitenland. In hoofdstuk 12 komen de betalingsbalans en de valutamarkt aan bod. De verschillende wisselkoersstelsels worden toegelicht en er wordt ingegaan op de economische ratio achter de totstandkoming van de euro. Elk hoofdstuk wordt afgesloten met een lijst van de belangrijkste begrippen.

Bij het boek hoort een website www.economischebasisprincipes.noordhoff.nl, waarop een online versie van het boek staat. Allerlei ondersteunend materiaal is opgenomen: toetsen, begrippentrainer, begrippentest, meerkeuzevragen en vraagstukken. Per hoofdstuk is er ook een powerpointpresentatie beschikbaar.



Instagram



PHILIPS



Ap

amazon.com



AkzoNobel

Coca-Cola



Shell

Google



Unilever



pe

1

Plaatsbepaling en basisbegrippen

- 1.1 Externe bedrijfsomgeving**
 - 1.2 Het centrale economische probleem**
 - 1.3 Producers en consumers**
 - 1.4 Economische wetenschappen**
 - 1.5 Economische modellen**
- Kernbegrippenlijst**

Managers moeten aandacht hebben voor veranderingen in de omgeving van hun bedrijf. Het marktmechanisme leidt tot toename van de internationale concurrentie. Daarvoor zijn nieuwe businessmodellen nodig in deze veranderende wereld.

In paragraaf 1.1 komt de relatie tussen bedrijven en hun externe omgeving aan de orde en wordt de plaats van economische factoren hierin aangegeven. Paragraaf 1.2 gaat over het dilemma dat ontstaat doordat onze wensen niet volledig te realiseren zijn met onze middelen.

De verschillende manieren waarop een samenleving kan omgaan met dit probleem van de schaarste, zijn het onderwerp van paragraaf 1.3. In paragraaf 1.4 staat beschreven welke onderdelen van de economische wetenschap op de verschillende aspecten van het schaarsteprobleem ingaan. In paragraaf 1.5 komt een belangrijk hulpmiddel bij het beschrijven en analyseren van de economische werkelijkheid aan bod, het werken met modellen.

Uit de volgende openingscasus blijkt dat innoveren tegen armoede een kwestie is van aanpakken.

Innoveren tegen armoede is handen in de klei

1

Grassroots-innovatie wordt nog te weinig op waarde geschat, vindt Bhaduri. 'We zien ze niet eens, vaak omdat ze niet buiten de dorpsgrens komen.' Lang niet iedereen heeft de heilige innovatiegraal in handen, of de capaciteit om echt vernieuwend te zijn. Maar ook is de bril van ambtenaren, bedrijven en wetenschappers nog te vaak gericht op innovaties die afzet en omzet opleveren, of een technologische doorbraak moeten inluiden. Bhaduri: 'Terwijl de effecten van een innovatie in gezondheid of veiligheid van net zo'n grote waarde als in komen kunnen zijn.'

Andersom komen de 'top down'-vernieuwers vaak met producten of diensten die zonder betrokkenheid van de doelgroep zijn bedacht. 'Vervolgens breken deze wetenschappers er hun hoofd over als hun idee niet wordt geadopteerd. En dan doen ze de ontvanger al gauw af als lui en risicomijdend. Die benadering moet bescheiden.'

Bhaduri bestudeert liever de mens en zijn motivatie achter de vernieuwing, legt hij uit, maar hij ziet ook het belang van opschaling en ondersteuning van 'frugal innovations', zodat ze beschikbaar komen voor vele anderen.

Het Centre for Frugal Innovation in Africa (CFIA), waaraan de Prins Claus Leerstoel voor Ontwikkelingsvraagstukken nauw verbonden is, zit te springen om Bhaduri's in India opgedane kennis. Dit centrum, een initiatief van de Universiteit Leiden, de TU Delft en de Erasmus Universiteit, werkt onder meer samen met grotere bedrijven die

interesse hebben in het ontwikkelen van een nieuwe generatie betaalbare producten en diensten, die geschikt zijn voor de zogeheten 'basis van de piramide', oftewel de allerarmsten. Maar daarvoor moeten ze wel weten wat lokaal wel of niet werkt. Bhaduri's 'kennis uit de klei' is dan ook een welkome aanvulling op de laboratoriumkunde van de techneuten en bedrijfseconomen die bij het CFIA betrokken zijn.

Ook is het moeilijk financiering te vinden, zo is Bhaduri's ervaring. Banken willen na twee jaar hun lening terugbetaald zien. En als je het grotere bedrijfsleven inschakelt, hoe zorg je ervoor dat de ontwikkelde producten en diensten én interessant zijn voor export én kunnen bijdragen aan een beter bestaan voor de kleine consument?

Frugal innovation vereist een andere mindset van bedrijven en overheden. 'Wil je grassroots-vernieuwers betrekken bij onderzoek en ontwikkeling, dan moet je plan niet gebonden zijn aan een bepaalde tijdsperiode of vooraf vastgestelde resultaten', aldus Bhaduri. 'Bovendien moet je flexibel en open zijn om hun maaksels te verbeteren, in plaats van ze meteen af te schieten. En er niet voor terugdeinzen je handen vies te maken.'

Eén ding is gunstig: alle beloften van bedrijven rond maatschappelijk verantwoord ondernemen bieden een perfecte ingang voor de arme innovator. Ook past frugal innovation goed in overheidsprogramma's voor armoedebestrijding.'

Bron: Het Financieele Dagblad, 26 mei 2016 (bewerkt)

1.1 Externe bedrijfsomgeving

Ondernemingen hebben de ontwikkeling van hun omzet en winst slechts gedeeltelijk zelf in de hand. Hun succes is afhankelijk van hoe goed zij weten in te spelen op kansen en bedreigingen die vanuit de externe omgeving op hen afkomen. In de huidige tijd komt het er steeds meer op aan dat ondernemingen flexibel en snel kunnen reageren op de veranderingen die zich voordoen.

Er zijn twee soorten omgevingsfactoren die het reilen en zeilen van ondernemingen beïnvloeden. De macro-omgeving omvat de omgevingsfactoren die grote invloed op de ondernemingsresultaten uitoefenen, maar die de onderneming zelf niet of nauwelijks kan beïnvloeden. Daartegenover staat de directe omgeving die bestaat uit de partijen op de in- en verkoopmarkten, waarmee de onderneming dagelijks zakendoet. Zie tabel 1.1.

Externe
omgeving

Omgevings-
factoren

1

TABEL 1.1 Samenstelling van de externe omgeving

Macro-omgeving	Directe omgeving
<ul style="list-style-type: none"> • Demografie: ontwikkeling en samenstelling bevolking (ook bedrijfsbevolking) • Economie: conjunctuur, wisselkoersen, rente, inflatie • Sociaal-cultureel: normen en waarden, maatschappelijke trends • Technologie: technologische ontwikkelingen afkomstig van buiten de eigen markt • Ecologisch: beschikbaarheid natuurlijke hulpbronnen, milieuaspecten (bijvoorbeeld door CO2 klimaatverandering) • Politiek-juridisch: wet- en regelgeving 	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling huidige en toekomstige markt/vraag • Concurrentieverhoudingen • Afnemersgedrag • Leveranciers: <ul style="list-style-type: none"> Arbeid <ul style="list-style-type: none"> → Grondstoffen en halffabricaten → Machines en gebouwen → Vermogen • Substituutgoederen • Potentiële toetreders tot de markt

In het Jaarverslag (2016) geeft de raad van bestuur van het supermarktconcern Ahold Delhaize aan dat maatschappelijk verantwoord ondernemen volledig geïntegreerd is in de dagelijkse bedrijfsvoering van het concern. Omgevingsfactoren hebben grote invloed op omzet en resultaat:

- Verantwoord ondernemen ligt aan de basis van hoe Ahold Delhaize zaken wil doen om een positieve bijdrage te leveren (directe omgeving).
- De internationale recessie was over de hele wereld voelbaar, voor mensen én bedrijven (economie van macro-omgeving).
- Er vond een groeiende werkloosheid, deflatie en snel veranderend klantgedrag plaats (economie van macro-omgeving).
- Om klanten te helpen, heeft Ahold Delhaize de focus gelegd op waardeverbetering, betaalbare producten en gezonde keuzes (directe omgeving).
- In winkels van Ahold Delhaize en op de consumentenwebsites wordt aandacht besteed aan manieren om meer uit het boodschappenbudget te halen en goed te eten voor minder geld. Meer met Minder (directe omgeving).
- Er is inzet voor mensen die het hardst hulp nodig hebben, bijvoorbeeld in de vorm van steun aan voedselbanken in zowel Europa als de Verenigde Staten (sociaal-maatschappelijk van macro-omgeving).
- Inspanningen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) worden gericht op de gebieden waar Ahold Delhaize echt

verschil kan maken: gezondheid, duurzame handel, klimaat en lokale betrokkenheid (ecologie van macro-omgeving).

- Klanten worden geholpen om gezonde en eerlijke keuzes te maken door een selectie aan fair-tradeproducten (sociaalmaatschappelijk van macro-omgeving).
- Het Consumer Goods Forum-initiatief, dat bij de klimaattop in Kopenhagen tot actie opriep, wordt gesteund (ecologie van macro-omgeving).
- Er worden energie-efficiëntere winkels gebouwd, milieuvriendelijkere nieuwe technologieën geïntroduceerd en duurzame energie gebruikt (ecologie van macro-omgeving).
- In Nederland werkt Albert Heijn samen met de overheid en andere winkeliers aan een aanpak voor de sociaaleconomische problemen in een aantal 'prachtwijken' (sociaalmaatschappelijk van macro-omgeving).
- Het netwerk van relaties met het bedrijfsleven, de sector, de overheid, het onderwijs en niet-gouvernementele organisaties (ngo's) wordt nog verder uitgebreid (sociaalmaatschappelijk van macro-omgeving).

Deze omgevingsfactoren zijn grotendeels economisch van aard. Kennis van de economische externe omgeving is dus voor het management van groot belang om goed te kunnen inspelen op de kansen en bedreigingen die daaruit naar voren komen.

1.2 Het centrale economische probleem

We schetsen in voorbeeld 1.1 het kernprobleem in de economie.

VOORBEELD 1.1

VDGT

Verenigde Drents-Groningse Timmerfabrieken BV (VDGT) maakt houtproducten als meubelpanelen en deurpanelen voor de doe-het-zelfbranche. Tien jaar geleden is het bedrijf het exportpad opgegaan en het levert nu aan doe-het-zelfketens in België, Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk.

Jan Stalens, exportmanager van VDGT, heeft de opdracht gekregen de omzet de komende drie jaar met 20% uit te breiden door nieuwe exportmarkten te ontwikkelen. Uit marktonderzoek is gebleken dat Zwitserland, Spanje en Italië veelbelovende nieuwe markten voor de producten van VDGT zijn. Wel zijn er behoorlijke investeringen nodig om een positie op te bouwen in deze markten. Met het voor VDGT beschikbare investeringsbudget kan Stalens maar één markt tegelijk ontwikkelen.

De situatie in voorbeeld 1.1 is een voorbeeld van het kernprobleem in de economie: schaarste. Steeds opnieuw stellen consumenten, bedrijven en overheidsinstellingen vast dat ze onvoldoende middelen hebben om al hun behoeften en doelen te realiseren. Daarmee staan zij voor de vraag voor welke doelen zij hun schaarse middelen het best kunnen gebruiken.

De middelen in de vorm van geld, tijd en productiemiddelen zijn alternatief aanwendbaar. Zij zijn voor verschillende doelen bruikbaar. Als ze daadwerkelijk voor een bepaald doel ingezet worden, kun je ze niet meer voor iets anders gebruiken. Stalens kan zijn budget gebruiken om de Italiaanse markt te ontwikkelen, maar dan moet hij de Spaanse en Zwitserse markten laten liggen.

Elke keuze brengt dus kosten met zich mee in de vorm van de opbrengsten van het beste niet gekozen alternatief. Die gemiste opbrengsten heten alternatieve kosten of opportunity costs. In de algemene economie worden de alternatieve kosten van de gebruikte middelen als de kosten van de productie of consumptie beschouwd. Voor Stalens bestaan de alternatieve kosten uit de gemiste winst van de markten die hij niet gaat ontwikkelen. En voor een student geldt dat hij de tijd die hij aan zijn studie besteedt, niet meer kan besteden aan uitgaan of aan een bijbaan om geld voor dat uitgaan te verdienen.

Het feit dat middelen schaars en alternatief aanwendbaar zijn, dwingt dus tot kiezen. Kiezen tussen verschillende gebruiksmogelijkheden van schaarse middelen houdt in dat mensen de kosten en opbrengsten van elke mogelijkheid tegen elkaar afwegen.

Op het niveau van de maatschappij als geheel betekent schaarste dat de potentiële vraag naar goederen en diensten groter is dan het potentiële aanbod. Het probleem is dan welke goederen en diensten je moet produceren om in de behoeften van consumenten te voorzien. Daarbij gaat het erom een zo hoog mogelijke welvaart voor consumenten tot stand te brengen. Het begrip welvaart geeft de mate aan waarin consumenten met behulp van schaarse, alternatief aanwendbare middelen in hun behoeften kunnen voorzien. Welvaart wordt vaak gelijkgesteld aan de waarde van de goederen en diensten die in een land worden geproduceerd, het zogenoemde bruto binnenlands product (bbp). Overigens hoeven niet voor alle behoeften schaarse middelen te worden gebruikt. Als de zon schijnt, kunnen mensen van de warmte en het licht genieten. Tegelijkertijd kan de zon gebruikt worden om bijvoorbeeld fruit te laten groeien en elektriciteit op te wekken. Zonlicht vormt een zogenoemd vrij goed. Het kenmerk van vrije goederen is dat zij onbeperkt ter beschikking staan, waardoor het gebruik ervan geen keuzeprobleem met zich meebrengt.

Alternatief
aanwendbaar

Markt

Alternatieve
kosten of
opportunity
costs

Welvaart

Binnenlands
product

Vrije goederen

1

1.3 Producteren en consumeren

Om goederen en diensten te kunnen aanbieden, moeten deze eerst geproduceerd worden. Voor productie zijn productiemiddelen nodig. Deze worden productiefactoren genoemd. Er zijn vier productiefactoren:

- 1 *Arbeid*. Dit bestaat uit de tijd en de inspanning die mensen besteden aan de productie van goederen en diensten.
- 2 *Kapitaal*. Dit bestaat uit alle geproduceerde middelen die je voor de productie van andere goederen en diensten kunt gebruiken.
- 3 *Natuur*. Dit omvat alle natuurlijke hulpbronnen, zoals lucht, water, grond en delfstoffen.
- 4 *Ondernemerschap*. Dit bestaat uit de organisatie van het productieproces in ondernemingen. Ondernemers nemen beslissingen welke goederen en diensten te produceren, ze dragen het risico op winst of verlies en bedenken nieuwe producten en nieuwe manieren om te produceren.

Productie-
factoren

De consumenten stellen de productiefactoren tegen een beloning beschikbaar aan bedrijven. Op die manier verwerven zij inkomen waarmee zij de door de bedrijven geproduceerde goederen en diensten kunnen kopen. Voor arbeid ontvangen consumenten loon, voor kapitaal rente, voor natuur huur en pacht en voor ondernemerschap winst. Deze beloningen vormen samen het zogenoemde primaire inkomen. Primair inkomen is een inkomen waar een tegenprestatie tegenover staat.

Primair inkomen

Productie en consumptie moeten op de een of andere manier op elkaar worden afgestemd. Dit geldt zowel voor de totale vraag naar en het totale aanbod van goederen en diensten als voor vraag en aanbod op markten voor afzonderlijke goederen en diensten. De manier waarop de afstemming van productie en consumptie in een land is georganiseerd, wordt de economische orde genoemd. Doel van elke economische orde is het zo goed mogelijk voorzien in de behoeften van consumenten. Vijf kernvragen moeten hiertoe worden beantwoord:

Economische orde

- 1 *Wie* moet er produceren?
Productie kan plaatsvinden door de overheid of door particuliere ondernemers.
- 2 *Wat* moet er geproduceerd worden?
Hierbij gaat het om de effectiviteit van de productie. De beschikbare hoeveelheid productiefactoren is veel te klein om alle goederen en diensten te produceren om in de onbegrensde hoeveelheid behoeften van consumenten te kunnen voorzien. Er moet beslist worden welke goederen en diensten het best aan de wensen van consumenten tegemoetkomen.
- 3 *Hoe* moet er geproduceerd worden?
Hierbij gaat het om de efficiëntie van de productie. Elk goed kan met verschillende productietechnieken worden gemaakt. Een schoenenfabrikant kan een paar schoenen helemaal met de hand laten maken, maar hij kan het ook machinaal laten doen. Productietechnieken verschillen dus van elkaar doordat productiefactoren in verschillende verhoudingen met elkaar worden gecombineerd. De producent moet vaststellen welke productietechniek de laagste kosten oplevert.
- 4 *Waar* vindt de productie plaats?
Deze vraag betreft de geografische spreiding van de productie.
- 5 *Voor wie* moet er geproduceerd worden?
Moet er alleen voor mensen met voldoende inkomen geproduceerd worden of wordt er gekeken naar de behoefte van mensen? Hierbij gaat het om verdelingsvraagstukken en daarmee om de rechtvaardigheid van de productie.

Er zijn twee manieren om deze vragen te beantwoorden. De productie kan geregeld worden met behulp van:

- 1 het budgetmechanisme
- 2 het marktmechanisme

Ad 1 Budgetmechanisme

Budgetmechanisme

Bij het budgetmechanisme beslist de overheid welke goederen en diensten geproduceerd worden, op welke manier de productie plaatsvindt en tegen welke prijs de goederen en diensten verkocht worden.

Onder het democratisch budgetmechanisme bepalen vertegenwoordigende lichamen als het parlement en de gemeenteraad de omvang van de productie door vast te leggen hoeveel geld er mag worden uitgegeven. Mensen

kunnen hierop invloed uitoefenen door bij verkiezingen op een politieke partij te stemmen waarvan het programma het meest met hun wensen overeenkomt.

Onder het bureaucratisch budgetmechanisme bepaalt de staat de productie. In een plan wordt vastgelegd welke producten tegen welke prijzen geleverd moeten worden. Consumenten kunnen hierop geen invloed uitoefenen. Een dergelijke economie heet ook een planeconomie. De economische orde van Noord-Korea is hiervan een goed voorbeeld.

Ad 2 Marktmechanisme

Onder het marktmechanisme zijn de omvang en de samenstelling van de productie afhankelijk van de beslissingen van individuele consumenten en producenten. De wensen van producenten en consumenten worden op markten op elkaar afgestemd door de prijzen van de goederen en diensten. Prijzen zorgen namelijk voor evenwicht tussen vraag en aanbod. In opkomende economieën, zoals aangegeven in de openingscasus, wordt gebruikgemaakt van 'frugal innovations'. Dit zijn nieuwe ontwerp- en marketingstrategieën die het mogelijk maken om hoogwaardige producten en diensten in versoberde en aan lokale omstandigheden aangepaste vorm binnen het bereik te brengen van de 'bodem van de piramide' en de nieuwe middenklassen.

Alle factoren die vraag en aanbod beïnvloeden, komen in prijzen tot uitdrukking. Als de prijs die consumenten voor een goed over hebben, hoger is dan de kosten om dat goed te maken, zullen producenten dit goed op de markt brengen. Omgekeerd zullen consumenten een goed aanschaffen als de prijs lager is dan zij maximaal voor dit goed willen betalen.

Veranderingen in vraag en aanbod leiden tot prijsveranderingen. Zie voorbeeld 1.2.

VOORBEELD 1.2

Marktmechanisme

Als de vraag naar product A toeneemt ten koste van de vraag naar product B, stijgt de prijs van A en daalt die van B. Voor de producenten van A is dit een signaal om meer productiefactoren aan te trekken. Daardoor kunnen zij hun afzet en winst vergroten. Voor de producenten van B is de prijsdaling een signaal om minder productiefactoren te gebruiken.

In een markteconomie bepaalt het marktmechanisme voor welke goederen de productiefactoren worden gebruikt. Dit heet de allocatie van de productiefactoren.

Bij het budgetmechanisme wordt de allocatie van de productiefactoren door de overheid bepaald.

In werkelijkheid is geen enkel land voor 100% een markteconomie of een planeconomie. Overal ter wereld hebben landen een gemengde economie. Alleen de mate waarin de twee grondvormen voorkomen, verschilt.

Noord-Korea bijvoorbeeld is volgens schattingen voor 90% een planeconomie. Figuur 1.1 laat voor een aantal landen zien waar zij zich bevinden in het spectrum tussen zuivere markteconomie en zuivere planeconomie.

Planeconomie

Marktmechanisme

Allocatie van de productiefactoren

Gemengde economie

FIGUUR 1.1 Tussen markt en plan



1.4 Economische wetenschappen

Economisch handelen

De economische wetenschap bestudeert het economisch handelen in de maatschappij, dat wil zeggen de aanpak van keuzeproblemen. Economisch handelen houdt de manier in waarop consumenten, producenten en overheden omgaan met schaarse, alternatief aanwendbare middelen om hun doelstellingen te bereiken. Dit studieterrein is zo breed dat het is opgedeeld in een aantal onderdelen. De bedrijfseconomie bestudeert het economisch handelen door bedrijven. Daarbij gaat het om vragen als hoe je tegen de laagst mogelijke kosten kunt produceren, hoe je de kostprijs kunt bepalen, hoe je de winst kunt vaststellen, waarin je kunt investeren en hoe investeringen moeten worden gefinancierd.

Algemene economie

Marketing, eigenlijk een onderdeel van bedrijfseconomie, bestudeert de relaties tussen bedrijf en (potentiële) klanten. De vraag hierbij is hoe een bedrijf op een winstgevende manier klanten kan aantrekken en behouden. Het onderwerp van dit boek is de algemene economie. Hierbij staan de keuzeproblemen centraal die voor de maatschappij als geheel van belang zijn. Algemeen economen gaan er daarbij van uit dat consumenten, producenten en overheid naar maximaal haalbare doelstellingen streven. Voor consumenten is dat de maximale individuele welvaart, voor producenten de maximale winst en voor de overheid de maximale maatschappelijke welvaart.

Het vakgebied van de algemene economie valt in drie delen uiteen:

- 1 de micro-economie
- 2 de meso-economie
- 3 de macro-economie

Micro-economie

Ad 1 Micro-economie

In de micro-economie wordt bestudeerd hoe individuele consumenten en producenten met economische keuzeproblemen omgaan. Belangrijke onderwerpen zijn het proces van prijsvorming van producten en productiefactoren en de vraag voor welke goederen en diensten je de beschikbare productiefactoren moet gebruiken. Daarmee helpt inzicht in micro-economie bijvoorbeeld de vraag te beantwoorden of uitbreiding van de productie een grotere winst oplevert. Of een bedrijf bij zijn investeringsbeslissingen heeft gekozen voor het project met de laagste alternatieve kosten, is een andere belangrijke vraag. Micro-economie heeft dan ook nauwe relaties met bedrijfseconomie. Hierbij moeten we ons wel realiseren dat er in de micro-economie op een andere manier tegen kosten wordt aangekeken dan in de bedrijfseconomie. In de bedrijfseconomie gaat het om het geldbedrag dat productiemiddelen werkelijk kosten. Bij micro-economie zijn kosten alternatieve kosten: het geldbedrag dat het gebruik van productiemiddelen voor de meest winstgevende andere mogelijkheid zou hebben opgeleverd.

Ad 2 Meso-economie

Meso-economie bestudeert economische vraagstukken op bedrijfs-takniveau. Een bedrijfstak bestaat uit bedrijven die dezelfde soorten producten met behulp van dezelfde soorten productieprocessen voortbrengen. De kaasindustrie bijvoorbeeld omvat alle bedrijven die rauwe melk verwerken tot kaasproducten. Bij de bestudering van bedrijfstakken staan concurrentieverhoudingen centraal. Inzicht in meso-economie helpt het management van bedrijven bij de beoordeling van de aantrekkelijkheid van markten.

Meso-economie

Ad 3 Macro-economie

Macro-economie gaat over vraagstukken op het niveau van een land als geheel. Dit onderdeel bestudeert het gedrag van en de samenhang tussen zogenoemde geaggregeerde grootheden. Voorbeelden zijn de nationale consumptie en de nationale investeringen als de optelsom van alle individuele consumptieve bestedingen respectievelijk alle investeringen door individuele bedrijven. Inzicht in macro-economie helpt het management van bedrijven te beoordelen hoe de verwachte ontwikkeling van de economie het resultaat van hun bedrijf beïnvloedt. Managers kunnen dan gemakkelijker een effectief marketingbeleid ontwikkelen om zo goed mogelijk in te spelen op de kansen en bedreigingen die de economische ontwikkeling oplevert.

Macro-economie

Monetaire economie en internationale economische betrekkingen zijn onderdelen van de macro-economie die vaak afzonderlijk worden besproken. Monetaire economie gaat over de rol van geld in de economie en besteedt daarbij aandacht aan bijvoorbeeld de hoogte van de rente en de werking van financiële markten. Daarmee is inzicht in monetaire economie belangrijk om goede financiële beslissingen te kunnen nemen.

Monetaire economie

Het onderdeel internationale economische betrekkingen bestudeert de internationale handel in goederen en diensten en het financiële verkeer tussen landen. Hier komen onder andere wisselkoersen en de redenen voor internationale handel aan de orde. Exporterende ondernemingen kunnen met behulp hiervan gemakkelijker de aantrekkelijkheid van buitenlandse markten beoordelen. Bovendien helpt inzicht in internationale economische betrekkingen alle bedrijven die te maken hebben met buitenlandse concurrentie bij de beoordeling van de ontwikkeling van hun concurrentiepositie. Daardoor wordt het nemen van maatregelen om die positie te beschermen, vergemakkelijkt.

Internationale economische betrekkingen

1.5 Economische modellen

In de algemene economie maken we gebruik van modellen om de economische werkelijkheid te bestuderen. De economie wordt namelijk door veel meer variabelen beïnvloed dan valt te overzien.

Bij modellen wordt uitgegaan van de *ceteris paribus* clause. Hierbij wordt de waarde van de verklarende factoren die niet in het model zijn opgenomen, constant verondersteld. Daardoor kunnen veranderingen in de uitkomsten van het model alleen worden veroorzaakt door de factoren die we willen bestuderen. De vraag naar mobiele telefoons bijvoorbeeld, is onder andere afhankelijk van het inkomen en de prijzen van mobiele telefoons. Als we willen weten hoe de prijsveranderingen de vraag naar mobiele telefoons beïnvloeden, moeten we dus het inkomen constant houden.

Ceteris paribus clause

Veel economische modellen zijn wiskundig van aard. De vergelijkingen in deze modellen beschrijven het verband tussen een aantal variabelen of grootheden. Stel dat de relatie tussen de verandering van de prijzen van mobiele telefoons en de vraag naar mobiele telefoons weergegeven wordt door $qv = -3p + 800$. Deze vergelijking geeft aan dat de vraag naar mobiele telefoons (qv) daalt als de prijs (p) stijgt. De term 800 geeft de invloed van de andere factoren zoals het inkomen weer.

De variabelen in wiskundige modellen zijn te onderscheiden in exogene en endogene grootheden. Exogene grootheden zijn onafhankelijk van de andere grootheden in het model. De waarde wordt bepaald door factoren buiten het model. In een model van de Nederlandse economie is de omvang van de wereldhandel een exogene grootheid.

Endogene grootheden zijn wel afhankelijk van de andere grootheden in het model. De waarde ervan kan met behulp van het model worden berekend. Zie voorbeeld 1.3.

**Exogene
grootheden**

**Endogene
grootheden**

VOORBEELD 1.3

Economisch model in de praktijk

Stel dat de nationale consumptie (C) 80% van het nationaal inkomen (Y) bedraagt, dan kan dit weergegeven worden in de vergelijking $C = 0,8Y$. C is hier een endogene grootheid. Als het nationaal inkomen €300 mld bedraagt, valt te berekenen dat $C = 0,8 \times €300 \text{ mld} = €240 \text{ mld}$ bedraagt.

Kernbegrippenlijst

Algemene economie	Het vakgebied omvat micro-economie: economische keuze-problemen van individuele consumenten en producenten; meso-economie: economische vraagstukken op bedrijfs-takniveau; macro-economie: vraagstukken op landelijk en in-ternationaal niveau.
Allocatie van productiefactoren	Mechanisme dat bepaalt voor welke goederen de productie-factoren in welke mate worden ingezet.
Alternatief aanwendbaar	Geld, tijd en productiemiddelen zijn voor verschillende doe-len bruikbaar, echter maar voor één doel inzetbaar.
Alternatieve kosten	De opbrengsten van het beste niet gekozen alternatief.
Arbeid	De tijd en inspanning die mensen besteden aan de productie van goederen en diensten.
Bruto binnenlands product	De waarde van goederen en diensten die in een land worden geproduceerd.
Budgetmechanisme	De overheid bepaalt het aanbod van goederen en diensten door middel van het toekennen van budgetten.
Ceteris paribus clausule	De waarde van verklarende factoren die niet in het model zijn opgenomen, wordt constant verondersteld.
Directe omgeving	Bestaat uit de partijen op de in- en verkoopmarkten, waarmee de onderneming zakendoet.
Economisch handelen	Aanpak van het keuzeprobleem bij het omgaan met schaarse middelen.
Economische orde	De manier waarop de onderlinge afstemming van productie en consumptie is georganiseerd.
Endogene groeiheid	Groeiheid waarvan de waarde met behulp van het model wordt berekend.
Exogene groeiheid	Groeiheid waarvan de waarde bepaald wordt door factoren buiten het model.

Externe omgeving	De factoren buiten de onderneming die gedrag en resultaat van de onderneming beïnvloeden. Onder te verdelen in macro-omgeving en directe omgeving.
Gemengde economie	Mengvorm van markt- en planeconomie.
Internationale economische betrekkingen	Bestudeert de internationale handel in goederen en diensten en het financiële verkeer tussen landen.
Kapitaal	De geproduceerde goederen en diensten die voor de productie van andere goederen en diensten worden gebruikt.
Macro-economie	Zie Algemene economie.
Macro-omgeving	Omvat de omgevingsfactoren die grote invloed op de resultaten uitoefenen, maar die de onderneming zelf niet kan beïnvloeden.
Markt	Het geheel van factoren dat vraag en aanbod bepaalt.
Marktmechanisme	Het aanbod van goederen en diensten komt tot stand door de vrije werking van vraag en aanbod.
Meso-economie	Zie Algemene economie.
Micro-economie	Zie Algemene economie.
Monetaire economie	Bestudeert hoe de geldhoeveelheid de rentevoet, wisselkoers, inflatie, productie en werkgelegenheid beïnvloedt en in welke mate het monetaire beleid de ontwikkeling van deze variabelen beïnvloedt.
Natuur	Alle natuurlijke hulpbronnen.
Omgevingsfactoren	Factoren waarop de organisatie zelf geen invloed kan uitoefenen.
Ondernemerschap	De organisatie van het productieproces.
Planeconomie	Een centraal geleide economie, bijvoorbeeld Noord-Korea.
Primair inkomen	Inkomen waar een tegenprestatie tegenover staat.
Productiefactoren	De voor de productie benodigde middelen (arbeid, kapitaal, natuur en ondernemerschap).
Schaarste	De spanning als gevolg van de beperkte beschikbaarheid van alternatief aanwendbare middelen voor het voorzien in een onbeperkt aantal behoeften.

Vrije goederen

Goederen die onbeperkt ter beschikking staan voor iedereen; daardoor is er geen keuzeprobleem.

Welvaart

De mate waarin consumenten met schaarse, alternatief aanwendbare middelen in hun behoeften kunnen voorzien.
