

LEERWERKBOEK NIVEAU 3&4

Algemene economie

MBO

RENDEMENT

COMMERCIELE
BEROEPEN



INGE BERG
HENK TIJSSSEN
EVELIEN VAN DIJK

Algemene Economie

Inge Berg
Henk Tijssen
Evelien van Dijk

Colofon

Auteurs

Inge Berg
Henk Tijssen

Redactie

Evelien van Dijk

Vormgeving

Studio Fraaj, Rotterdam

Omslag

Studio Fraaj, Rotterdam

Opmaak

Imago Mediabuilders,
Amersfoort

Tekeningen

Tiekstramedia, Groningen

Illustraties

Volgt

Over ThiemeMeulenhoff

ThiemeMeulenhoff ontwikkelt zich van educatieve uitgeverij tot een learning design company. We brengen content, leerontwerp en technologie samen. Met onze groeiende expertise, ervaring en leeroplossingen zijn we een partner voor scholen bij het vernieuwen en verbeteren van onderwijs. Zo kunnen we samen beter recht doen aan de verschillen tussen lerenden en scholen en ervoor zorgen dat leren steeds persoonlijker, effectiever en efficiënter wordt.

Samen leren vernieuwen.

www.thiememeulenhoff.nl

ISBN 978 90 06 37226 7

Eerste druk, eerste oplage, 2016

© ThiemeMeulenhoff, Amersfoort, 2016

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 23 augustus 1985, Stbl. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie (PRO), Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp (www.stichting-pro.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet) dient men zich tot de uitgever te wenden. Voor meer informatie over het gebruik van muziek, film en het maken van kopieën in het onderwijs zie www.auteursrechtenonderwijs.nl.

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Deze uitgave is volledig CO2-neutraal geproduceerd.

Het voor deze uitgave gebruikte papier is voorzien van het FSC®-keurmerk.

Dit betekent dat de bosbouw op een verantwoorde wijze heeft plaatsgevonden.

Voorwoord

Het middelbaar beroepsonderwijs verandert voortdurend onder invloed van maatschappelijke ontwikkelingen en in het bijzonder door de eisen die de beroepspraktijk aan de opleidingen stelt. Met het verschijnen van de nieuwe kwalificatiedossiers 2015 introduceert ThiemeMeulenhoff de volledig herziene methode Rendement.

De herziene methode sluit, binnen de kaders van deze nieuwe kwalificatiedossiers, aan op de toetsmatrijzen van de Stichting Praktijkleren en het NIMA-A1 examen.

De belangrijkste kenmerken van Rendement zijn:

- Dé methode voor *ondersteunend leren*. Of u nu klassikaal met de studenten aan de slag wilt of de studenten meer zelfstandig wilt laten werken.
- *Sterk didactisch concept*. De methode houdt rekening met de verschillende leerstijlen van studenten en verschillende onderwijsstijlen van docenten.
- *Ontwikkeld door auteurs en docenten*, met een uitstekend beeld op zowel het onderwijs als ook het beroepenveld.
- *Grote verscheidenheid aan opdrachten*. Rendement biedt een groot scala aan oefenmateriaal voor de studenten.

De boeken kennen de volgende structuur.

- Alle hoofdstukken beginnen met een *oriënterende casus*. De vragen bij de oriënterende casus prikkelen de studenten om na te denken over de onderwerpen uit een hoofdstuk, nog voor zij echt met de materie aan de slag zijn gegaan.
- De leerstof van het hoofdstuk is verdeeld in *paragrafen*. De heldere voorbeelden helpen bij het verwerken van de stof.
- *Margewoorden* bij de introductie van nieuwe begrippen, om de leesbaarheid te vergemakkelijken.
- De theorie en de opdrachten worden gescheiden aangeboden. Hiermee maken we de methode toegankelijk voor verschillende leerstijlen.
- Een *begrippenlijst*, met een helder overzicht van de behandelde begrippen en hun betekenis.
- *Opdrachten* volgen na de theorie van ieder hoofdstuk. De opdrachten zijn onderverdeeld in verwerkingsvragen en toepassingsvragen.

- Een *checklist* aan het eind van ieder hoofdstuk waarmee de student kan nagaan of hij de inhoud van het hoofdstuk heeft begrepen en kan toepassen.

De serie Rendement is met de grootste zorg ontwikkeld. Wij hopen dat u met plezier werkt met Rendement.

Meer informatie over Rendement vindt u op onze methodesite: www.thiememeulenhoff.nl/rendement.

Wanneer u vragen of suggesties heeft, dan kunt u contact met ons opnemen.

De auteurs en uitgever

Inhoudsopgave

1	Behoeften en middelen	9
	Inleiding	10
	Oriënterende vragen	11
1.1	Wat is economie?	12
1.2	Behoeften	17
1.3	Middelen	20
1.4	Welvaart en welzijn	21
1.5	Sleutelbegrippen	23
	Opdrachten	26
	Checklist hoofdstuk 1	33
2	Productiefactoren	35
	Inleiding	36
	Oriënterende vragen	37
2.1	Natuurlijke hulpbronnen	38
2.2	Arbeid	39
2.3	Kapitaal	39
2.4	Ondernemerschap	41
2.5	Investeringsen	43
2.6	Sleutelbegrippen	46
	Opdrachten	48
	Checklist hoofdstuk 2	59
3	Economische kringloop	61
	Inleiding	62
	Oriënterende vragen	63
3.1	Productie en consumptie	64
3.2	Geldstroom en goederenstroom	65
3.3	Sparen en investeren	66
3.4	Nationaal inkomen en nationaal product	68
3.5	Sleutelbegrippen	70
	Opdrachten	72
	Checklist hoofdstuk 3	78
4	Sectoren in de economie	79
	Inleiding	80
	Oriënterende vragen	81
4.1	Primaire sector	82
4.2	Secundaire sector	83
4.3	Tertiaire sector	84
4.4	Quartaire sector	85

4.5	Sleutelbegrippen	87
	Opdrachten	88
	Checklist hoofdstuk 4	96
5	Inflatie en koopkracht	97
	Inleiding	98
	Oriënterende vragen	99
5.1	Economie: macro, meso en micro	100
5.2	Geld en koopkracht	101
5.3	Inflatie	103
5.4	Sleutelbegrippen	106
	Opdrachten	107
	Checklist hoofdstuk 5	111
6	Markten	113
	Inleiding	114
	Oriënterende vragen	115
6.1	Abstracte en concrete markt	116
6.2	Soorten markten	118
6.3	Sleutelbegrippen	121
	Opdrachten	123
	Checklist hoofdstuk 6	129
7	Vraag	131
	Inleiding	132
	Oriënterende vragen	133
7.1	Vraagsoorten	134
7.2	Aankoop	136
7.3	Hoe groot is de markt?	139
7.4	Sleutelbegrippen	144
	Opdrachten	146
	Checklist hoofdstuk 7	151
8	Prijs en elasticiteit	153
	Inleiding	154
	Oriënterende vragen	155
8.1	Elasticiteit	156
8.2	Prijsgevoeligheid	161
8.3	Sleutelbegrippen	167
	Opdrachten	168
	Checklist hoofdstuk 8	176
9	Handel en distributie	177
	Inleiding	178
	Oriënterende vragen	179
9.1	Het nut van handel	180

9.2	Handelaren	182
9.3	Bedrijfskolom	186
9.4	Bewegingen in de bedrijfskolom	188
9.5	Sleutelbegrippen	194
	Opdrachten	196
	Checklist hoofdstuk 9	208
10	Concurrentie	209
	Inleiding	210
	Oriënterende vragen	211
10.1	Concurrentieniveaus	212
10.2	Concurrentiegedrag	213
10.3	Concurrentiestrategie	215
10.4	Marktvormen	217
10.5	Sleutelbegrippen	221
	Opdrachten	223
	Checklist hoofdstuk 10	234
11	Duurzaamheid	235
	Inleiding	236
	Oriënterende vragen	238
11.1	Duurzaamheid	239
11.2	Klimaatverandering en duurzame energie	244
11.3	Maatschappelijk verantwoord ondernemen	247
11.4	Sleutelbegrippen	250
	Opdrachten	252
	Checklist hoofdstuk 11	262
	Register	263



1 Behoeften en middelen

Inleiding

Elke dag komt het woord economie wel een keer voorbij op het nieuws. 'Het gaat beter met de economie in Nederland'. Of: 'Het effect van de economie op de huizenmarkt is groot.' Economie lijkt een groot, vaag en lastig begrip. Maar is dat wel zo?

In dit hoofdstuk leer je:

- wat economie eigenlijk is;
- wat mensen nodig hebben of willen hebben;
- hoe zij ervoor zorgen dat zij aan deze behoeften voldoen met bepaalde middelen.



Fig. 1.1 Volle tassen? Veel vertrouwen!

Casus

UTRECHT – Schoenengigant heeft het moeilijk. De schoenwinkelketen heeft uitstel van betaling gekregen. Het bedrijf heeft veel filialen in Midden-Nederland en in België.

Schoenengigant wijt de financiële problemen aan de nasleep van de crisis, de concurrentie van webwinkels en een teruglopend consumentenvertrouwen. De winkels en de webshop blijven voorlopig gewoon open voor het publiek.

De directie en de bewindvoerder onderzoeken of de activiteiten kunnen worden voortgezet.

Oriënterende vragen

- 1 Beantwoord de volgende vragen over de casus.
 - a Waardoor denkt Schoenengigant dat er problemen zijn ontstaan? Noem drie redenen.
 - b Er wordt gesproken over consumentenvertrouwen. Wat betekent dat volgens jou?
- 2 Omschrijf in je eigen woorden wat economie is.
- 3 Op welke manieren is economie belangrijk in jouw leven?

1.1 Wat is economie?

Het begrip economie kan verschillende betekenissen hebben. Een daarvan is:

economie Economie is een wetenschap die zich bezighoudt met de productie, consumptie en distributie van schaarse goederen en diensten.

De verschillende termen in deze definitie kun je als volgt omschrijven:

productie Productie is het maken van goederen en diensten.

consumptie Consumptie is het gebruiken van die goederen en diensten.

distributie Distributie is het verdelen van goederen en diensten.

schaars Schaars zijn betekent dat iets moeilijk te krijgen is. Je moet er moeite voor doen (tijd en/of geld).

Productie is dus het maken van producten (tastbare zaken zoals meen brood, een ruimteschip) en het leveren van diensten (niet-tastbare zaken zoals een bezoek aan de bioscoop of een les economie op school). Bij consumptie gaat het erom dat die producten en diensten gebruikt worden: het brood eet je op, de ruimte reiziger gebruikt het ruimteschip, de les volg je op school.

Deze definitie van economie gaat over wetenschap: geleerden, in dit geval economen, die onderzoek doen naar economische verschijnselen. Ze zoeken antwoord op vragen als: wat produceert een land? Landbouwproducten of vooral goedkope kleding? Wat gebruiken mensen in een land? Zijn ze vooral geïnteresseerd in lekker eten of willen ze allemaal de nieuwste spelcomputer? Hoe gaan spullen van land A naar land B? Waarom komen boontjes uit Afrika hier met het vliegtuig naartoe en nemen bananen de boot?

Als het gaat om de beschrijving van de economie van een bepaald land, heeft het begrip economie een heel andere betekenis. Dan gaat het niet om de wetenschap.

economie Economie gaat over de behoeftebevrediging van een land en zijn inwoners.

Daar wordt het interessant. Voor jou als persoon, maar ook voor jou als toekomstige medewerker. Economie gaat er namelijk over of jij jouw behoeften kunt bevredigen. Of je een dak boven je hoofd hebt. Of je de spullen kunt kopen die je graag wilt hebben. Het gaat ook over de behoeften van andere mensen. En hoe zij proberen daaraan te voldoen. Voor zichzelf, voor hun gezin, of misschien voor hun werknemers. Dat is voor medewerkers interessant, want daar kunnen zij op inspelen met zaken als marketing, reclame en promotie. Binnen marketing en communicatie staan economische begrippen als ruil, relatie en reputatie centraal. Als mensen producten of diensten aanschaffen is er sprake van ruil: je ruilt geld voor een product of dienst. Of je ruilt producten en diensten voor andere producten en diensten. Dit heet bartering.



Fig. 1.2 Bartering

Om tot een ruil te kunnen komen moet je een relatie hebben: er moet een bepaalde verstandhouding zijn tussen de personen die ruilen. Denk aan een verkoper en een klant. Daarnaast speelt het begrip reputatie een grote rol: als je namelijk iets wilt ruilen dan is het belangrijk dat er vertrouwen is in je ruilpartner. De koper wil erop vertrouwen dat het bedrijf waarvan hij iets koopt een 'goed' bedrijf is. Dat 'goed' kan van alles betekenen: van het leveren van kwaliteitsproducten tot het meewerken aan een beter milieu. Andersom wil een bedrijf ook vertrouwen hebben in de kopers: dat zij bijvoorbeeld aan hun ruilverplichting kunnen voldoen (= kunnen betalen). Of dat zij zullen bijdragen aan een goede reputatie van het bedrijf.

<i>ruil</i>	Ruil is de vrijwillige uitwisseling van ruilobjecten tussen ten minste twee partijen.
<i>relatie</i>	Een relatie is de interactie gedurende langere tijd tussen twee of meer partijen, bijvoorbeeld aanbieder en afnemer, waardoor binding of loyaliteit ontstaat en verandert.
<i>reputatie</i>	Reputatie is de collectieve representatie van het vroegere gedrag van een bedrijf en de resultaten daarvan, dat het vermogen voorstelt van het bedrijf om gewogen resultaten over te brengen aan verschillende belanghebbenden.
<i>bartering</i>	Bartering is de ruil van goederen en/of diensten tegen andere goederen en/of diensten, dus zonder inschakeling van geld.

Soorten economie

Omdat het begrip economie zo breed is, wordt het opgedeeld in macro-economie, meso-economie en micro-economie.

<i>macro-economie</i>	Macro-economie is de economie die zich bezighoudt met de economie in de macro-omgeving, op grote schaal, zoals de huishouding van een heel land.
<i>meso-economie</i>	Meso-economie bestudeert de economische processen op bedrijfstakniveau, oftewel in de meso-omgeving.
<i>micro-economie</i>	Micro-economie houdt zich bezig met het gedrag van één consument (consumptiehuishouding of gezinshuishouding) of één producent (productiehuishouding), dus binnen de micro-omgeving.

Er zijn allerlei factoren die de economie beïnvloeden. Deze zijn te groeperen aan de hand van het niveau waarop die factoren plaatsvinden.

Op macroniveau spelen de macro-omgevingselementen een rol: het gaat dan meestal om factoren die voor een bepaald gebied belangrijk zijn, die van 'buiten' komen en waar mensen geen invloed op hebben. Macro-omgevingselementen zijn bijvoorbeeld:

- geografische factoren: Nederland ligt bijvoorbeeld voor een deel onder de zeespiegel. Dit heeft ervoor gezorgd dat Nederlanders

heel goed zijn in watermanagement en dat heeft invloed op de economie;

- demografische factoren, zoals de vergrijzing van de bevolking. De gemiddelde leeftijd van mensen in Nederland stijgt;
- sociaaleconomische factoren: bijvoorbeeld hoe de belastingdruk is in een land. Of wat mensen denken over uitkeringen;
- sociaal-culturele factoren: hierbij gaat het om zaken als hoe mensen vinden dat we voor ouderen moeten zorgen in Nederland;
- culturele factoren: de Nederlandse cultuur is bijvoorbeeld heel erg gericht op samenwerking en handel. Dit is al eeuwen zo;
- economische factoren: denk bijvoorbeeld aan een economische crisis in China. Dit heeft invloed op Nederland zonder dat iemand er iets aan kan doen;
- technische of technologische factoren: de opkomst van internet is een belangrijke economische factor. Het heeft de wereld veranderd;
- politieke/ juridische factoren: kijk bijvoorbeeld naar oorlogen in andere landen. Of naar andere overheidsbeslissingen;
- fysieke/milieu factoren: dit is bijvoorbeeld lucht- of bodemvervuiling in een bepaald gebied. Of het verdwijnen van de ozonlaag;
- institutionele factoren: dit zijn bijvoorbeeld de regels en wetten die het aanbod van arbeidskrachten bepalen.

Macroniveau is het geheel van veelal onbeheersbare en niet-beïnvloedbare externe omgevingsfactoren die gelden voor alle personen en organisaties in een bepaald gebied.

macroniveau

Macrofactoren zijn veelal onbeheersbare invloeden vanuit de maatschappij.

macrofactoren

Binnen de meso-omgeving, dus op bedrijfstakniveau, krijg je te maken met meso-omgevingsfactoren. Bij de factoren hieronder zie je voorbeelden uit de autobranche:

- veranderingen in aantallen concurrenten: als er een nieuw automerk op de markt komt, heeft Volvo er een concurrent bij;
- veranderingen in de intensiteit van de concurrentie: als Kia een auto maakt die erg lijkt op een Volvo, zal Volvo daar last van kunnen hebben;

- veranderingen bij afnemers of leveranciers: door een economische crisis zullen er minder auto's verkocht worden;
- veranderingen bij publieks- en belangengroepen: het kan gebeuren dat mensen meer elektrische auto's gaan rijden omdat dat beter is voor het milieu.

mesoniveau

Mesoniveau zijn de beperkt beheersbare omgevingsfactoren op het niveau van de bedrijfstak of bedrijfssector.

Op microniveau, dus het niveau van de eigen organisatie, heb je te maken met micro-omgevingsfactoren. Denk aan zaken als:

- organisatiestructuur- en cultuur
- personeelsbeleid
- financieel beleid
- marketingbeleid
- productiebeleid
- logistiek beleid

microniveau

Microniveau zijn de in principe beheersbare en beïnvloedbare interne omgevingsfactoren op het niveau van de eigen organisatie.

Al deze factoren, dus op alle drie niveaus, zijn van invloed op de economie.

In de economie staan de begrippen vraag en aanbod centraal. Het is meestal zo, dat als het aanbod van een bepaald product stijgt ten opzichte van de vraag, de prijs zal dalen. Als het aanbod van een product daalt ten opzichte van de vraag, zal de prijs stijgen. Zo zie je bijvoorbeeld dat de prijs van eieren vaak stijgt vlak voor Pasen. Daarna is er minder vraag en daalt de prijs.

Consumenten, dus de consumptiehuishoudingen, vormen de vraagzijde van de economie. De productiehuishoudingen vormen de aanbodzijde van de economie. Er is altijd een wisselwerking tussen deze twee kanten. Dit heet de economische kringloop.

consument

Een consument is een persoon die consumeert, dat wil zeggen goederen of diensten koopt zonder de intentie te hebben deze te verkopen of te verwerken voor de verkoop.

consumptie-huishouding

Een consumptiehuishouding is een persoon of gezin die consument is.

De economische kringloop is een schematisch model van de werking van de economie als systeem. Deze kringloop is een abstracte voorstelling van de relaties tussen de consumenten en de bedrijven in een land.

*economische
kringloop*

In een schema ziet deze economische kringloop er zo uit:

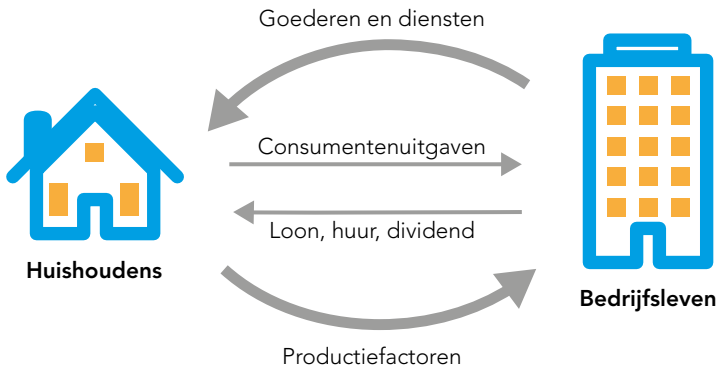


Fig. 1.3 Economische kringloop

In dit schema zie je dat goederen en diensten van een bedrijf naar een huishouden gaan. In ruil daarvoor levert een huishouden productiefactoren (zoals arbeid en kapitaal) aan de bedrijven.

In hoofdstuk 3 leer je meer over de economische kringloop. In dit hoofdstuk leer je over de behoeften van mensen en over de manieren waarop zij daarmee omgaan. Je leert waarom economen bijna alle goederen schaars noemen, ook al zijn er heel veel van. Je leert ook over twee belangrijke begrippen in dit verband, namelijk welvaart en welzijn. In hoofdstuk 2 leer je meer over de productiefactoren.

1.2 Behoeften

Ieder mens heeft behoeften. Van de wieg tot het graf: je zult altijd ergens behoefte aan hebben. Economen gaan ervan uit dat mensen een oneindig aantal behoeften hebben. Je kunt ook zeggen: behoeften zijn een gegeven. Je hoeft je immers niet af te vragen of mensen ze wel of niet hebben. Ze zijn er gewoon.

Het begrip behoefte kan gedefinieerd worden als bewustzijn van een ontbering en begeren wat ontbreekt. Ontbering is als je iets niet hebt. Begeren betekent dat je iets heel graag wilt hebben.

De psycholoog Maslow verdeelde de behoeften van mensen in categorieën. Deze piramide van Maslow wordt wereldwijd gebruikt, door economen en ook in de marketing en communicatie.



Fig. 1.4 Piramide van Maslow

Zijn theorie is dat mensen pas naar de volgende laag overgaan als aan de laag daaronder voldaan is. Mensen hebben bijvoorbeeld pas behoefte aan sociaal contact als ze zich veilig en zeker voelen.

Voorbeelden van de onderdelen van de piramide van Maslow zijn:

- lichamelijke behoeften: honger, dorst, slaap, seks;
- behoefte aan veiligheid en zekerheid: je wilt in een huis wonen, niet in een doos op straat, je wilt ook zeker weten dat je niet ieder moment uit je huis gezet kan worden;
- behoefte aan sociaal contact: je hebt het nodig om andere mensen te zien, of dat nu vrienden zijn of familie is;
- behoefte aan erkenning en waardering: het is belangrijk dat andere mensen het fijn vinden dat jij bestaat of dat zij zeggen dat jij iets heel goed hebt gedaan;
- zelfontplooiing: het is fijn om je talenten te kunnen gebruiken, of dat nu is op school, op het werk, op het sportveld of in een hobby.

Behoeften worden door economen ook wel op een andere manier ingedeeld:

- primaire behoeften: dit zijn behoeften die bevredigd moeten worden om in leven te blijven, zoals eten, drinken, slapen en seks;

- secundaire behoeften: dit zijn behoeften zoals het functioneren in een bepaalde cultuur, de behoefte aan onderwijs of sport, en de behoefte aan waardering, aanzien en macht;
- tertiaire behoeften: dit zijn de behoeften aan luxe goederen zoals vakanties, alcoholische dranken, bloemen, enzovoort. Deze behoeften kun je ook wensen noemen: ze zijn niet echt nodig, maar maken het leven wel veel leuker;
- opgelegde behoeften: het bevredigen hiervan ben je verplicht, zoals het betalen van belasting of het gehoorzamen aan de regels van de wet of van het sociale leven (niet met je mond open eten, geen winden laten in gezelschap, het mobieltje uitzetten in de bioscoop). Deze verschillen sterk per cultuur.

Mensen bevredigen hun behoeften vaak met behulp van producten, zoals goederen en diensten. Goederen zijn tastbaar, je kunt ze beetpakken. Denk aan een fiets, een zaklamp, voedingsmiddelen, een markeerstift. Diensten zijn juist niet-tastbare zaken. Een reis is bijvoorbeeld een dienst, net als een middag naar de bioscoop, een knipbeurt bij de kapper, of, iets minder prettig, een bezoekje aan de tandarts.

1.3 Middelen



Fig. 1.5 In de economie is melk een schaars goed

Mensen kunnen niet altijd hun behoeften bevredigen. Dit komt meestal omdat er niet genoeg producten en diensten (middelen) zijn om dat te doen. Je zult dus altijd moeten kiezen. Welke behoefte is het meest belangrijk voor je? Je zult ook iets moeten opofferen om aan je behoeften te voldoen. Je zult bijvoorbeeld moeten werken. Dit gaat ten koste van je vrije tijd. Als je voor een product een offer moet brengen, dan noemen economen dit product een *schaars goed*. Er is meer dan genoeg melk in Nederland, toch is dit in de economie ook een schaars goed. Je moet immers middelen opofferen om die melk te maken. Denk aan de gewerkte uren van de boer, maar ook aan machines en vrachtwagens die de melk naar de supermarkt brengen. Er zijn verschillende soorten middelen:

reële
middelen

Reële middelen zijn de productiemiddelen (of goederen) of arbeid die iemand kan gebruiken.

financiële
middelen

Financiële middelen zijn de geldmiddelen die iemand tot zijn beschikking heeft.

Vrije goederen zijn geen economische middelen. Ze zijn niet schaars en je hoeft er geen moeite voor te doen. *vrije goederen*

Economische middelen zijn goederen en diensten.

*economische
middelen*

Zuurstof is een van de weinige voorbeelden van een vrij goed. De oermens had veel meer vrije goederen tot zijn beschikking dan wij nu. Denk aan schoon drinkwater: dat was duizenden jaren geleden overal te vinden. Nu is drinkwater een economisch (schaars) goed geworden. De meeste mensen proberen niet alleen hun behoeften zo goed mogelijk te bevredigen, ze willen ook zoveel mogelijk behoeften bevredigen. Hoe meer behoeften je kunt bevredigen, hoe welvarender je bent. Omdat goederen schaars zijn, moet je keuzes maken. Je moet kiezen welke behoeften je op dit moment wilt bevredigen en welke je niet of nog niet zal bevredigen. Omdat behoeften oneindig zijn en middelen beperkt, moet je dus economisch handelen.

1.4 Welvaart en welzijn



Fig. 1.6 Heeft welvaart altijd met welzijn te maken?

Welzijn is een gevoel van welbevinden, door sommigen ook wel beschreven als geluk.

welzijn

Welzijn is voor iedereen anders en dus een subjectief begrip. De ene mens zal eerder tevreden zijn met wat hij heeft dan de ander. De een heeft een gevoel van welzijn op een feest, omringd door vrienden. De ander voelt zich het prettigst alleen thuis, met een glas cola voor de computer.

Toch heeft het welzijn van de bevolking ook te maken met hoe het gaat in het land: de welvaart.

welvaart

Welvaart is de mate waarin mensen in hun behoeften kunnen voorzien met behulp van de middelen die hen tot beschikking staan.

Bij welvaart zijn er twee varianten:

- Welvaart in enge zin (welvaart in materiële zin) gaat over de hoeveelheid goederen en diensten die iemand tot zijn beschikking heeft. Welvaart in enge zin wordt gemeten via de hoogte van het (nationaal) inkomen.
- Bij welvaart in ruime zin (welvaart in immateriële zin) behoren ook behoeften aan goede gezondheid, geluk of een schoon milieu. Deze zaken hebben niet allemaal met geld te maken. Welvaart in ruime zin is lastig te meten, omdat de behoeften daarvoor te subjectief zijn.

Dan is er ook nog het begrip welstand.

welstand

Welstand is een toestand van voorspoed, geluk en gunstige omstandigheden.

Economisch gezien betekent het dat iemand veel bezittingen heeft vergaard. Welvaart is de mate waarin de mens zijn behoeften kan bevredigen; welstand betekent dat iemand een hoog welvaartsniveau heeft bereikt. Als je kijkt naar de vijfhonderd rijkste Nederlanders die voorkomen op de jaarlijkse lijst van het tijdschrift *Quote*, kun je zeggen dat zij in grote welstand leven. Die lijst zegt echter weer niets over hun welzijn.

Welstand is een subjectief begrip. De gemiddelde Nederlander is niet arm, maar de welstand van de gemiddelde Nederlander verbleekt bij de welstand van de mensen die bijvoorbeeld op de *Quote*-lijst voorkomen.

1.5 Sleutelbegrippen

Bartering	Ruil van goederen en/of diensten tegen andere goederen en/of diensten, dus zonder inschakeling van geld.
Consument	Persoon die consumeert, dat wil zeggen goederen of diensten koopt zonder de intentie te hebben deze te verkopen of te verwerken voor de verkoop.
Consumptie	Gebruik van goederen en diensten.
Consumptiehuishouding	Persoon of gezin die consument is.
Distributie	Verdeling van goederen en diensten.
Economie (als wetenschap)	Wetenschap die zich bezighoudt met de productie, consumptie en distributie van schaarse goederen en diensten.
Economie (van een land)	Behoefttebevrediging van een land en zijn inwoners.
Economische kringloop	Schematisch model van de werking van de economie als systeem. Deze kringloop is een abstracte voorstelling van de relaties tussen de consumenten en de bedrijven in een land.
Economische middelen	Goederen en diensten.
Financiële middelen	Geldmiddelen die iemand tot zijn beschikking heeft.
Macro-economie	Economie die zich bezighoudt met de economie op grote schaal, zoals de huishouding van een heel land.
Macrofactor	Veelal onbeheersbare invloed vanuit de maatschappij.
Macroniveau	Geheel van veelal onbeheersbare en niet-beïnvloedbare externe omgevingsfactoren die gelden voor alle personen en organisaties in een bepaald gebied.

Meso-economie	Economie die de economische processen op bedrijfstakniveau bestudeert.
Mesoniveau	Beperkt beheersbare omgevingsfactoren op het niveau van de bedrijfstak of bedrijfssector.
Micro-economie	Economie die zich bezighoudt met het gedrag van één consument (consumptiehuishouding of gezinshuishouding) of één producent (productiehuishouding).
Microniveau	In principe beheersbare en beïnvloedbare interne omgevingsfactoren op het niveau van de eigen organisatie.
Productie	Het maken van goederen en diensten.
Reële middelen	Productiemiddelen (of goederen) of arbeid die iemand kan gebruiken.
Relatie	Interactie gedurende langere tijd tussen twee of meer partijen, bijvoorbeeld aanbieder en afnemer, waardoor binding of loyaliteit ontstaat en verandert.
Reputatie	Collectieve representatie van het vroegere gedrag van een bedrijf en de resultaten daarvan, dat het vermogen voorstelt van het bedrijf om gewogen resultaten over te brengen aan verschillende belanghebbenden.
Ruil	Vrijwillige uitwisseling van ruilobjecten tussen ten minste twee partijen.
Schaars	Moeilijk te krijgen. Je moet er moeite voor doen (tijd en/of geld).
Vrije goederen	Tegengestelde van economische middelen. Ze zijn niet schaars en je hoeft er geen moeite voor te doen.

Welvaart	Mate waarin mensen in hun behoeften kunnen voorzien met behulp van de middelen die hen tot beschikking staan.
Welstand	Toestand van voorspoed, geluk en gunstige omstandigheden.
Welzijn	Gevoel van welbevinden, door sommigen ook wel beschreven als geluk.

Rendement – Methode voor de commerciële beroepen

Deze uitgave Algemene Economie maakt deel uit van Rendement. Deze methode is ontwikkeld op basis van de kwalificatiedossiers Commercie en Marketing, Communicatie en Evenementen, geldig vanaf augustus 2016.

Algemene Economie

Algemene economie is een basisboek dat studenten helpt economische aspecten te begrijpen en in perspectief te zien. Belangrijke onderwerpen als productiefactoren, economische kringloop, sectoren in de economie, inflatie en koopkracht, verschillende markten, vraag, elasticiteiten, handel en distributie komen aan de orde. Dit boek sluit af met hoofdstukken over concurrentie en duurzaamheid.

Ondersteunend leren

Rendement biedt de gelegenheid zelfstandig of klassikaal aan de slag te gaan met het aanleren van ondersteunende kennis die nodig is voor het uitvoeren van kerntaken in de commerciële beroepen.

Didactisch doordacht

Rendement houdt nadrukkelijk rekening met leerstijlen van studenten en onderwijsstijlen van docenten, waarbij één doel voorop staat: voorbereiden op succes in een commercieel beroep.

Herkenbare structuur

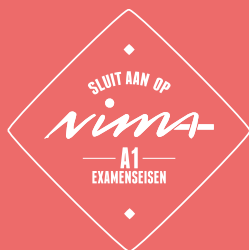
Deze nieuwe editie van Rendement heeft een doordachte didactische opbouw met een heldere structuur. De methode is ingedeeld in zes herkenbare leerfasen: oriëntatie, theorie, verwerking, toepassing, evaluatie en toetsing.

Rendement is geschreven voor de kwalificaties:

- Commercieel medewerker
- (Junior) accountmanager
- Medewerker marketing- en communicatie
- Medewerker evenementenorganisatie

NIMA

Rendement sluit volledig aan op de NIMA-A exameneisen.



9 789006 372267 >