

1 Inleiding en begripsbepalingen

Leerdoelen

Als u dit hoofdstuk hebt bestudeerd, kent u:

- de betekenis van belangrijke basisbegrippen in de economische wetenschap, zoals schaarste, behoeften, economisch motief en economisch principe;
- de belangrijkste vormen van economische orde;
- de verschillen tussen macro-, micro- en bedrijfseconomie;
- de deelgebieden van het vakgebied bedrijfseconomie;
- de wet van de comparatieve voordelen (in relatie met de begrippen arbeidsverdeling en specialisatie);
- het onderscheid tussen consumptie- en kapitaalgoederen;
- de betekenis en het belang van opportunity costs;
- het bestaan en de vormen van transactiekosten;
- het bestaan en de vormen van organisatiekosten;
- het belang van toegevoegde waarde en winst;
- (het verband tussen) de begrippen productie, organisatie, continuïteit en financieel-economische zelfstandigheid.

1.1 Kennismaking

Dit vakgebied heet bedrijfseconomie en in deze naam zijn de componenten ‘bedrijf’ en ‘economie’ inderdaad aanduidingen van de inhoud van het vak. In dit hoofdstuk zullen we eerst de contouren schetsen van het economische aspect van het verschijnsel ‘bedrijven’, want dit is de achtergrond waartegen we dit laatste zullen bezien. Dit doen we in paragraaf 1.2. Hierbij beschouwen we de termen ‘bedrijf’, ‘bedrijfshuishouding’ en ‘onderneming’ als synoniemen.

Terzijde: sommige schrijvers specificeren een onderneming als een bedrijfshuishouding die streeft naar een maximaal rendement op het geïnvesteerde vermogen, waarbij risico aanvaard wordt bij het optreden op markten, maar dit onderscheid achten we minder zinvol. Het begrip ‘bedrijf’ wordt wel eens gereserveerd voor een technisch onderdeel van een onderneming (bijvoorbeeld het walsbedrijf van een staalfabriek), maar als dit onderscheid al eens nodig is, blijkt dat wel uit de context.

De keuze voor het economische aspect is weloverwogen; het verschijnsel onderneming hadden we ook kunnen bestuderen in bijvoorbeeld een technisch, een juridisch of een ander perspectief. Als we dit laatste zouden doen, zouden we niet de bedrijfseconomie beoefenen, maar bijvoorbeeld de productietechnologie of het ondernemingsrecht en wij geven nu eenmaal de voorkeur aan de bedrijfseconomie.

Dit economische gezichtspunt leidt tot aandacht voor de economische omgeving van bedrijven. Deze omgeving manifesteert zich in de eerste plaats als economische orde en daarom besteden we daar aandacht aan in paragraaf 1.3. De onderneming opereert echter niet alleen in een economische omgeving, maar zij vertoont zelf ook economische aspecten: binnen en door de onderneming worden beslissingen genomen die gebaseerd zijn op economische overwegingen. We zullen daarom ook aandacht schenken aan de bedrijfseconomie als deelgebied van de economische wetenschap; paragraaf 1.4 is hieraan gewijd.

Vervolgens richten we onze aandacht op het verschijnsel ‘onderneming’ zelf. We vragen ons af waarom er ondernemingen bestaan (paragraaf 1.5), want dat is niet vanzelfsprekend. We denken na over de vraag aan welke voorwaarden moet zijn voldaan wil een onderneming kunnen (blijven) bestaan (paragraaf 1.6) en we wagen een poging om het begrip bedrijf nader af te bakenen. Het zal blijken dat het moeilijk is om greep te krijgen op deze materie. De werkelijkheid is zo veelvormig en bovendien zo veranderlijk dat scherpe definities niet mogelijk zijn. Daardoor zullen de omschrijvingen noodgedwongen enigszins vaag blijven. Alleen als we het begrip bedrijf van wat grotere afstand beschouwen, kunnen we enkele kenmerken aanwijzen die alle ondernemingen gemeenschappelijk hebben, maar we moeten dan genoeg nemen met een vrij grote mate van abstractie. Dit probleem bezien we in paragraaf 1.7. Het gevolg van deze benaderingswijze is dat we tot meer algemeen geldende uitspraken kunnen komen, maar dit gaat wel ten koste van het zicht op de concrete werkelijkheid. In paragraaf 1.8 keren we even terug naar de werkelijkheid en laten we zien dat het moeilijk is om aan te geven waar de onderneming eindigt en de buitenwereld begint. Hiermee illustreren we nogmaals dat abstractie nodig is en dat een scherp omlijnd beeld moeilijk te verkrijgen is.

1.2 Economie

In het vakgebied ‘economie’ bestudeert men de aspecten van het menselijk handelen die samenhangen met de bevrediging van de behoeften. We zien onmiddellijk dat we niet de hele werkelijkheid, maar slechts een deel ervan aan een nader onderzoek willen onderwerpen, namelijk alleen in zoverre de werkelijkheid economische aspecten heeft. In dit boek willen we ons uiteindelijk nog verder beperken tot de economische aspecten van het functioneren van bedrijven maar zo ver zijn we nog niet. Eerst dus ‘economie’.

Behoeften hebben zeer uiteenlopende vormen. Zo is er behoefte aan voedsel, kleding en onderdak (de primaire levensbehoeften), maar de mens wil ook sport beoefenen, een toneelvoorstelling bezoeken, het land verdedigen, zich per auto ver-

plaatsen (wat niet alleen behoefte aan een auto oplevert, maar ook aan wegen en andere infrastructurele zaken), onderwijs volgen, snoepen, een krant lezen, surfen op het internet enzovoort. Het kan zin hebben om verschillende soorten behoeften te onderscheiden, bijvoorbeeld als er een volgorde moet worden vastgesteld waarin ze zullen worden bevredigd ('Eerst eten'). In het kader van ons betoog is dit vooralsnog niet nodig, zodat we kunnen volstaan met de algemene term 'behoeften'.

Terzijde: in de economie gaat het dus om behoeften en hun bevrediging. De behoeften vormen het uitgangspunt: ze worden gewoonweg als bestaand aanvaard. In het deelgebied 'marketing' van de bedrijfseconomie zal blijken dat een individu zich niet altijd bewust is van zijn behoeften. Sommige behoeften zijn min of meer latent en kunnen bewust gemaakt worden door middel van allerlei stimuli, zoals reclame, displays en promotieacties. Hoe dit ook zij, behoeften die er niet zijn kunnen ook niet opgewekt worden (bijvoorbeeld: honderd jaar geleden had niemand behoefte aan mobiel telefoneren), zodat we toch van het bestaan van behoeften kunnen uitgaan.

Een tweede grondstelling is dat iedereen streeft naar een zo groot mogelijke bevrediging van zijn¹ behoeften (dit wordt het *economisch motief* genoemd). Behoeften kunnen worden bevredigd door middel van goederen en diensten (de 'middelen'). Sommige goederen en diensten zijn in overvloed aanwezig (zoals lucht om te ademen), maar er zijn niet genoeg middelen om alle behoeften te vervullen. De econoom zegt dan dat deze middelen *schaars* zijn. Met dit laatste wordt niet noodzakelijk bedoeld dat er schrijnende absolute tekorten zijn, maar wel dat er altijd meer behoeften zijn dan er met de beschikbare middelen kunnen worden bevredigd. Hieruit volgt dat de schaarste relatief is: het gaat niet om de absolute omvang van de beschikbare middelen, maar om de verhouding van deze omvang tot de behoeften.

De (schaarse) middelen ter bevrediging van behoeften moeten worden *geproduceerd*, dit wil zeggen: voortgebracht onder opoffering van andere schaarse middelen. Bij de productie worden *productiefactoren* ingezet, waarvan de econoom er maar drie kent: arbeid, kapitaal en grond (of beter gezegd: natuur). De concrete verschijningsvormen van deze productiefactoren noemen we *productiemiddelen*. Zo vissen we (dat is gebruik maken van de aanwezigheid van vis in het water, dus een verschijningsvorm van natuur) misschien met netten en een boot (concrete vormen van kapitaal, dus productiemiddelen) en hebben we personeel aangesteld of werken we zelf mee (arbeid). Deze productiemiddelen zijn daarmee onttrokken aan andere toepassingsmogelijkheden: we hebben ze *opgeofferd* ten behoeve van deze productie.

Overigens worden in de meer gangbare opvattingen binnen de economische wetenschap niet alle behoeften in de beschouwing betrokken. Alleen de behoeften die zich lenen tot bevrediging door middel van die goederen en diensten waarvoor een markt² tenminste denkbaar is, worden in de economische wetenschap in beschouwing genomen. Zo blijven de behoeften aan bijvoorbeeld religie, een huwelijkspartner of lucht om te ademen in de meeste beschavingen buiten de economische sfeer en daarom ook buiten de economische wetenschap. Dit neemt niet weg dat allerlei zaken die vanuit deze buiteneconomische behoeften ontstaan, zoals

kerkgenootschappen, man-vrouwrelaties, zuiveringsinstallaties enzovoort, wel degelijk een plaats innemen in het economische verkeer. Er vloeien bijvoorbeeld transacties uit voort en daarom kunnen dergelijke groeperingen als economisch subject³ optreden.

Het zal duidelijk zijn dat de opvattingen omtrent de vraag welke behoeften, respectievelijk welke goederen en diensten binnen de economische wetenschap vallen, in de tijd aan verandering onderhevig zijn. Zo worden de gevolgen van door iemand veroorzaakte vervuiling van het milieu tegenwoordig aan hem in rekening gebracht en worden deze niet meer als ‘ongeprijste externe effecten’ weggedefinieerd.

Terzijde: dit verdient enige toelichting. Externe effecten zijn gevolgen van het economisch gedrag door een economisch subject voor anderen, waarbij het economisch subject in kwestie met die anderen geen rekening houdt. Zo trok tot voor enkele jaren niemand zich iets aan van het roet en het fijnstof dat zware vrachtauto's de lucht in bliezen. Dat was nu eenmaal zo. Dat mensen er last van hadden en er zelfs ziek van werden, was iets waarmee de transportonderneming geen rekening hield. De samenleving ondervond dus nadelen die niet in economische termen werden uitgedrukt, zoals inkomen per hoofd (die nadelen zijn dus ongeprijsd), zodat wel het welzijn, maar niet de welvaart daalde. Intussen hebben veel gemeenten regels uitgevaardigd waaraan vrachtauto's moeten voldoen willen zij tot de binnenstad worden toegelaten. Die voorzieningen komen voor rekening van de transportonderneming. Overigens zijn externe effecten lang niet altijd nadelig: bijvoorbeeld de vestiging van een veel publiek trekkend warenhuis in een stadscentrum zorgt ook voor meer aanloop bij de reeds aanwezige winkels; inenting van bepaalde personen biedt ook bescherming aan anderen. Het extreme positieve externe effect zien we bij publieke goederen: iedereen profiteert van politie, wegen, leger en dergelijke.

Als gevolg van de genoemde schaarste moet men bij de bevrediging van zijn behoeften keuzen maken: welke behoefte zal ik wel en welke niet bevredigen? Dit keuzevraagstuk vormt de kern van de economische wetenschap: hoe moet die keuze, gegeven de schaarste aan middelen, worden gemaakt opdat de totale bevrediging zo groot mogelijk is? Dit probleem wordt nog lastiger als men bedenkt dat die middelen vaak kunnen dienen voor de bevrediging van onderling verschillende behoeften, maar niet voor meer dan één tegelijk.

Terzijde: dit klinkt erg abstract, maar zo ingewikkeld is het toch niet. Bijvoorbeeld, men kan zijn boterhammen nu opeten en zo zijn huidige honger stillen, maar men zou ze ook kunnen bewaren en daarmee zijn behoefte aan zekerheid kunnen bevredigen ('Mij maken ze niks, ik heb nog voorraad...'), men zou ze kunnen weggeven en zo de waardering van de ander kunnen verwerven, men zou ze kunnen verwerken tot tosti's (maar dan wel ten koste van de actuele honger) enzovoort. Duidelijk is dat niet meer dan één alternatief kan worden gekozen. In een wijder verband: een algemeen middel waarmee men behoeften – indirect – kan bevredigen is geld; iedereen zal wel ooit gemerkt hebben dat je dat maar één keer kunt uitgeven.

Deze beperking vergt een afweging van voor- en nadelen van elk alternatief: de opoffering van middelen om de ene behoefte te bevredigen onttrekt deze middelen aan de mogelijkheid om aan een andere behoefte tegemoet te komen. Dit nadeel moet op een of andere wijze opwegen tegen het genot dat het wel bevredigen van deze ene behoefte verschaft.

Door de schaarste aan middelen is het economisch subject gedwongen om efficiënt te werk te gaan: het zal trachten om een gegeven niveau van behoeftebevrediging te bereiken met opoffering van zo weinig mogelijk middelen, ofwel het zal gegeven zijn middelen, proberen een zo hoog mogelijk niveau van behoeftebevrediging te bereiken. Dit efficiencystreven duidt men wel aan als het *economisch principe*.

Dit keuzeproces speelt zich in onze moderne wereld echter niet zo maar in het wilde weg af. Er is sprake van een omgeving waarbinnen ieder deze keuzen maakt en hoewel deze omgeving zich in allerlei vormen kan voordoen, vinden deze keuzeprocessen altijd plaats binnen een samenleving. Een samenleving is altijd in meer of mindere mate geordend: men kan niet zomaar zijn gang gaan zonder dat er corrigerende reacties vanuit die samenleving komen. Deze ordening betreft verschillende aspecten van de maatschappij: er is een ordening van de juridische betrekkingen tussen mensen onderling en tussen mensen en organisaties, er is een ordening van het bestuur van de samenleving, er is een ordening van de betrekkingen van onze samenleving met andere samenlevingen, er zijn (on)geschreven regels omtrent de wijze waarop men zich behoort te gedragen enzovoort. Verder is het duidelijk dat in onze samenleving arbeidsverdeling en specialisatie⁴ zijn toegepast bij het voortbrengen van de middelen ter bevrediging van de behoeften; het gevolg daarvan is dat niemand in staat is zijn behoeften te bevredigen zonder afhankelijk te zijn van anderen (met andere woorden: er zijn ruiltransacties nodig). We zullen nog zien dat het (graag aanvaarde) effect van arbeidsverdeling en specialisatie een grotere efficiency is, zodat men minder middelen hoeft op te offeren voor het bevredigen van dezelfde behoeften. Uit arbeidsverdeling en specialisatie vloeit het ontstaan voort van die merkwaardige verschijningen die we bedrijven noemen. We komen daarop terug in paragraaf 1.5.

Arbidsverdeling en specialisatie doen ingewikkelde betrekkingen tussen de leden van de samenleving ontstaan en deze betrekkingen blijken van lieverlede uit te kristalliseren tot een min of meer stabiel geheel van soms ongeschreven regels die de gang van zaken gecoördineerd doet verlopen. Als iemand bijvoorbeeld in een cafetaria een broodje kaas wil kopen, kan dat zonder grote problemen, hoewel degene die dat broodje wil kopen zijn komst niet tevoren bij de cafetariabaas heeft aangekondigd. Blijkbaar zijn er mensen die broodjes kaas te koop aanbieden, zonder er tevoren zeker van te zijn dat ze klanten krijgen. Wat bezielt deze aanbieders eigenlijk? Ze hebben ook nog de moeite genomen om met leveranciers transacties aan te gaan, zoals met de bakker en met de zuivelgroothandel, ze hebben misschien personeel in dienst en dat niet alleen, die leveranciers hebben op hun beurt weer transacties moeten afsluiten met hún toeleveranciers en die op hun beurt ook weer enzovoort en dat allemaal om u in staat te stellen dat broodje kaas te kopen. Dit on-

gelooflijk ingewikkelde geheel van transacties leidde uiteindelijk tot het gewenste doel: uw broodje kaas; hoe kan dat, waarom gaat dit niet mis? Ons interesseert de *economische orde*, dat is de orde waarbinnen het eerder genoemde keuzeproces met zijn talloze ruiltransacties zijn maatschappelijke inbedding krijgt en gecoördineerd verloopt. Door deze coördinatie zijn voortbrenging (aanbod) en tot uiting gebrachte behoeften (vraag) niet alleen qua omvang maar ook qua tijd en plaats tenminste redelijk met elkaar in evenwicht.

1.3 Economische orde

1.3.1 Begrip

Wat een economische orde is kan moeilijk precies worden aangegeven. In het algemeen kan men zeggen dat een economische orde de wijze is waarop het economische proces binnen een samenleving is georganiseerd en de instituties die deze samenleving heeft ontwikkeld om daarbij diensten te bewijzen. Denk bij het woord instituties niet alleen aan bedrijven, gezinnen, overheden en andere organisaties, maar ook aan zaken zoals rechtsregels, geld, betalingsgewoonten, het staatsbestel, verdragen met andere landen enzovoort. Hierbij gelden zowel geschreven als ongeschreven regels: bijvoorbeeld als u iets koopt in een winkel wordt u eerst het artikel overhandigd en pas daarna moet u betalen. Dat staat nergens maar is wel de gewoonte.

Het zal weinig betoog behoeven dat een economische orde alleen kan functioneren binnen het kader van een maatschappelijke orde die behalve de economische ook andere aspecten van de samenleving omvat. Zo moet er een juridische orde zijn (ieder die aan het economische verkeer wil deelnemen moet weten wat zijn rechten en plichten zijn en moet deze desnoods kunnen afdwingen), er moet een redelijk stabiele politieke orde zijn (zodat de juridische orde niet onverwachts verandert) en er zou ook een algemeen geldende opvatting moeten zijn over de vraag hoe men als mensen onderling met elkaar behoort om te gaan (dus moet er zoiets zijn als een sociale of zo men wil ethische orde). Als een dergelijke maatschappelijke orde niet bestaat of niet goed functioneert – zoals min of meer het geval was kort na de omwentelingen in Oost-Europa in 1989 –, ontstaat anarchie, wat in dit geval een mooi woord is voor het recht van de sterkste. Coördinatie van productie en vraag is in dat geval ver te zoeken.

De voornaamste betekenis van de economische orde is wel dat daardoor het economische proces van voortbrenging en behoeftebevrediging wordt gecoördineerd: alle transacties tussen de economische subjecten worden netjes afgewikkeld conform de binnen die orde heersende gedragsregels. Tot op vrij grote hoogte bestaat er evenwicht tussen vraag en aanbod van elk goed of dienst, niet alleen per periode, maar ook qua tijdstip en plaats. U kunt bijvoorbeeld op het door u gewenste tijdstip in het cafeteria van uw keuze dat broodje kaas kopen, mede dankzij het feit dat in onze economische orde cafeteria's kunnen bestaan.

1.3.2 Vormen van economische orde

Nu kan coördinatie van het economische proces op verschillende manieren worden bereikt. Als ene uiterste zou men de coördinatie geheel kunnen overlaten aan de werking van vraag en aanbod; we spreken dan van een *vrije verkeershuishouding*. De politieke orde die hierbij past is die van extreem liberalisme.

Terzijde: Deze laatste economische orde wordt gepropageerd in de roman van Ayn Rand: *Atlas shrugged*, 1957, in Nederlandse vertaling *Atlas in staking*, Boekenmaker, Krommenie, 2007. In dit boek wordt eerst een karikatuur gegeven van een samenleving die gericht is op 'het elkaar een kans geven' door financiers onderling en daarmee aan bedrijven, wat neerkomt op een corrupte samenleving die eindigt in een complete chaos. Een kleine groep ondernemers streeft naar een vrije verkeershuishouding en richt in een verborgen deel van de Verenigde Staten zo'n gemeenschap in. Hier worden alle betrekkingen tussen mensen en organisaties in geld afgerekend, zelfs de relaties tussen huwelijkspartners (kinderen komen in het verhaal niet voor...). Emoties zijn irrelevant. Als de oude samenleving volkomen ten onder gaat, neemt deze groep het land in bezit. Lees ook het commentaar daarop van Hans Achterhuis: *De utopie van de vrije markt*, Lemniscaat, Rotterdam, 2010, waarin hij stelt dat het neoliberalisme uiteindelijk steunt op een utopie, maar dat deze niet realiseerbaar is, evenmin als alle andere utopieën.

In een volstrekt vrije verkeershuishouding nemen alle economische subjecten afzonderlijk hun eigen beslissingen omtrent vraag en aanbod. Dit doen ze uitsluitend op basis van de prijs die op een markt tot stand komt en op hun subjectieve oordeel omtrent de waarde of het nut dat zij hechten aan het desbetreffende goed. Hun leidraad is dus hun eigenbelang, de wijze waarop ze te werk gaan is volkomen rationeel.

Als andere uiterste zou men de voortbrenging van alle goederen en diensten kunnen plannen op basis van bekend veronderstelde behoeften. Er is dan sprake van een *centraal geleide economie*, die politiek gesproken correspondeert met extreem socialisme. In een centraal geleide economie moet een centrale instantie alle beslissingen omtrent het aanbod nemen.

Zonder dat we er diep op ingaan, zal het duidelijk zijn dat geen van deze beide uitersten in de werkelijkheid zal worden aangetroffen. De volstrekt vrije verkeershuishouding is maatschappelijk alleen aanvaardbaar als alle economische subjecten op alle markten dezelfde positie bekleden, en dat is duidelijk niet het geval.⁵ Er zijn nu eenmaal inkomensverschillen, er zijn verschillen in macht, in informatie, sommigen werken samen, anderen concurreren hevig met elkaar enzovoort. Niettemin is uit de algemene economie bekend dat de maatschappelijke welvaart maximaal is als aan alle voorwaarden voor een volstrekt vrije verkeershuishouding is voldaan; er heerst dan volledige mededinging met als resultaat dat de prijzen zo laag mogelijk zijn en het rendement op het geïnvesteerd vermogen gelijk is aan het minimaal door de vermogensverschaffers geëiste.⁶ Maar zoals gezegd, hoewel zo'n economische orde in de realiteit ondenkbaar is, fungeert zij niettemin als een soort

ideaal voor de overheid als uitvoerder van een economische politiek, aan welk ideaal de effecten van de bestaande orde worden afgemeten.

De centraal geleide economie kunnen we in deze wereld evenmin in haar zuivere gedaante aantreffen. De reden daarvoor is simpel: de centrale instantie (de overheid) is niet in staat om de behoeften van allen aan alles te voorspellen. Ook de productie is niet volmaakt te plannen, al was het alleen maar door de invloed van de natuur (je kunt nu eenmaal niet nauwkeurig de regenval voorspellen, waarvan de oogsten afhankelijk zijn). In de praktijk onttaarden zulke economieën dan ook in min of meer krasse vormen van dictatuur, waar de overheid bepaalde wat goed was voor iedereen (zoals in Noord-Korea).

1.3.3 Markteconomie

Inmiddels zijn verreweg de meeste volkshuishoudingen ervan overtuigd dat de maatschappelijke welvaart het meest wordt gediend als men een economische orde schept die in beginsel steunt op individuele beslissingen omtrent productie en vraag, dus op een vrije verkeershuishouding. Om de bezwaren die tegen deze orde bestaan zoveel mogelijk te ontgaan, beperkt de overheid echter de handelingsvrijheid van de economische subjecten door middel van een stelsel van wetten en regels. Dit doet de overheid in het kader van een economische politiek die er op gericht is de welvaart van het land zo groot mogelijk te doen zijn. Helaas is een doelstelling die op deze manier is geformuleerd, niet operationeel: de vertaling ervan in concrete beleidsdoelen is dan ook geen sinecure en vergt, zoals men in de parlementaire debatten erover kan zien, veel discussie. En die gaat dan over zulke uiteenlopende zaken als de groei van Schiphol, de toetreding tot de EU, de sociale uitkeringen, de marktwerking in de zorg, de industriepolitiek, het vreemdelingenbeleid, de belastingheffing ...

Een economische orde die deze karaktertrekken heeft, wordt aangeduid als ‘markteconomie’, waaraan doorgaans bijvoeglijke naamwoorden worden toegevoegd zoals ‘georiënteerde’ of ‘gereguleerde’. De precieze betekenis van deze laatste toevoegingen is niet altijd duidelijk, maar zij moeten in elk geval aangeven dat de markteconomie niet ongebreideld is.

In Nederland wordt de economische orde sterk beïnvloed door het open karakter van de nationale economie. Met dit laatste wordt bedoeld dat de internationale transacties vanuit en naar Nederland relatief zo omvangrijk zijn, dat deze een zeer grote invloed hebben op de nationale economische ontwikkelingen: ruwweg bedraagt de invoer (en ook de – iets grotere – uitvoer) rond 65% van het nationaal inkomen (dit is de som van de lonen, salarissen, winsten, pachten, huren en renten die alle particulieren in Nederland tezamen per jaar genieten). Vandaar de grote plaats die de voorspelling van de ontwikkelingen in de wereldhandel inneemt in het Centraal Economisch Plan (dat overigens geen plan is maar een raming). Ook het lidmaatschap van de Europese Unie heeft een grote invloed op de Nederlandse economische orde. In principe geldt niettemin dat Nederland een markteconomie heeft, maar dan wel met een stevige invloed vanwege de overheid. In de opvatting

van velen was deze overheidsinvloed in de loop van de tijd te groot geworden, waardoor verstarring optrad en verlies aan concurrentiekracht ten opzichte van het buitenland; dit heeft in de loop van de jaren negentig van de vorige eeuw geleid tot liberalisering en privatisering – ‘meer markt’ dus.

Terzijde: Twee zaken vragen hier om de aandacht. In de eerste plaats is gedurende de afgelopen jaren gebleken dat de markt in veel gevallen toch wel erg veel gebreken had. Zo werd er met name op de (internationale) financiële markten gehandeld in producten (zogenaamde derivaten, die in de loop van de tijd steeds ingewikkelder werden) waarvan uiteindelijk niemand meer begreep hoe groot der risico's waren die ermee verbonden waren, zodat de prijsvorming ervan zeer onzeker werd. Dit is een belangrijke oorzaak geweest van het ontstaan van de financiële crisis in 2008. In de tweede plaats kreeg van lieverlede het economische aspect een dermate groot gewicht in de besluitvorming, dat de andere aspecten van de samenleving in de verdrukking kwamen. De economie werd allengs bijna als synoniem van de samenleving beschouwd. Omdat het geloof in de vrije markt (het neoliberalisme) door zowel overheid als bedrijfsleven werd beleden, kon dit leiden tot excessieve beloningen voor topbestuurders (de bonussen) en in 2010 bijvoorbeeld tot een besluit tot sluiting van MSD, het vroegere Organon in Oss, louter op basis van economische overwegingen en ongeacht de sociale gevolgen voor werknemers en regio.⁷ De marktgebreken werden bestreden door het oprichten van steeds meer toezichthouders, op de beslissingen van ondernemingen omtrent vestigingsplaatsen is de invloed van de Nederlandse overheid zeer beperkt.

Een en ander betekent dat de economische beslissingen worden genomen door de economische subjecten zelf, zij het binnen het door de overheid gegeven kader. Dit laatste betekent dat het zin heeft deze beslissingen aan een nauwkeurig onderzoek te onderwerpen: immers zij zijn direct van invloed op de welvaart. Een groot aantal van deze beslissingen wordt genomen binnen en door organisaties die we bedrijven of ondernemingen noemen.

1.4 Bedrijfseconomie als deelgebied van de wetenschap economie

Historisch gesproken is de bedrijfseconomie niet ontstaan uit de algemene (of politieke) economie, maar uit de ondernemersbehoeften in de praktijk. Bedrijfseconomie in haar eerste dagen betrof feitelijk alleen de juridische verhoudingen van de ondernemer ten opzichte van zijn vermogensverschaffers en zijn leveranciers en afnemers. Omdat er voor het eind van de achttiende eeuw vrijwel uitsluitend bedrijven zonder of met weinig personeel waren, ging het voornamelijk om het tot stand brengen van een ‘goede’ boekhouding, waarin de rechten en plichten van de ondernemer werden vastgelegd. Pas toen tijdens de zogenaamde industriële revolutie de bedrijven zich ontwikkelden tot organisaties, werden meer economisch getinte vraagstukken actueel, zoals interne organisatie, efficiëntie, financiering en marketing. Het is bijvoorbeeld bekend dat de eerste industriële bedrijven grote moeite hadden om hun arbeiders te laten wennen aan vaste arbeidstijden.

1.4.1 Macro-economie

Zoals eerder gezegd, bedrijven opereren binnen een economische orde. Dit betekent onder meer dat hun beslissingen worden beïnvloed door beslissingen van andere economische subjecten en vice versa. Daardoor is het hele economische proces ongelooflijk ingewikkeld, zodat het aanbeveling verdient om bij de bestudering ervan enige structuur aan te brengen. Een veel toegepaste manier om dit te doen is het indelen van de economische verschijnselen naar beslissingsniveau. Als men het beslissingsniveau kiest van een volkshuishouding als geheel, beoefent men de *macro-economie*. De beslissers zijn dan samengevat in grote aggregaten⁸, zoals *de* bedrijven, *de* consumenten, *de* werknemers, *de* overheid, *het* buitenland enzovoort. Hun beslissingen monden uit in *het* bruto binnenlands product, *de* im- respectievelijk export, *de* werkgelegenheid enzovoort. Men kan dan uitspraken doen over *het* nationaal inkomen, *het* prijspeil, *de* inflatie, *de* rentestand, *de* wisselkoers enzovoort. Alleen deze aggregaten worden onderscheiden, zonder dat daarbinnen detailleringen worden aangebracht.

1.4.2 Micro-economie

Men kan het keuzeprocess ook bestuderen zoals het zich voordoet aan de individuele consumenten en producenten. Als men daarbij afziet van concrete verschillen tussen de individuen of organisaties en uitgaat van een aantal veronderstellingen die min of meer als axioma's dienst doen, is men op het terrein van de *micro-economie* werkzaam. Binnen de micro-economie komt men tot uitspraken over de manier waarop het keuzeprocess wordt uitgevoerd door *de* producent, respectievelijk *de* consument en op *de* markt. Hierbij gelden heel vaak als veronderstellingen dat de economische subjecten rationeel handelen (dat is overigens niet hetzelfde als egoïstisch), dat de kostenstructuur van een producent een bepaalde vorm heeft, dat de voorkeursordening van de consument bekend is, dat de situatie op de markt qua aantallen vragers en aanbieders gegeven is en dergelijke meer. De grote onderdelen van dit vakgebied zijn dan ook de theorie van het producentengedrag, de theorie van het consumentengedrag en de markt- en prijstheorie.

1.4.3 Bedrijfseconomie

De bedrijfseconomie sluit aan bij de micro-economie – en dan vooral bij de theorie van het rationele producentengedrag. Het gaat om de economische verschijnselen die zich voordoen binnen bedrijven of die door invloeden van buiten ontstaan. De bedrijfseconoom gaat inductiever te werk dan men binnen de micro-economie pleegt te doen. Hiermee wordt bedoeld dat de bedrijfseconoom bij zijn onderzoekingen liefst bij de werkelijkheid begint en van daaruit probeert tot algemeen geldende uitspraken te komen. De micro-econoom heeft daarentegen een zekere voorkeur voor een deductieve methode: liefst poneert hij een aantal veronderstel-

lingen, van waaruit hij probeert door strikt logisch redeneren algemene conclusies te trekken. Natuurlijk kan geen van beiden dit helemaal volhouden, want dan zou de bedrijfseconoom verdrinken in de details en niet toekomen aan de gezochte algemeen geldende conclusies en zou de micro-econoom gevaar lopen om als een wereldvreemde zonderling, zeer geleerde maar nutteloze hersenspinsels de wereld in te zenden. Beiden doen dus water bij de wijn, maar de aangegeven methodeverschillen zijn toch duidelijk herkenbaar. De bedrijfseconomie maakt dan ook graag gebruik van de resultaten die de micro-economie heeft behaald en omgekeerd.

Een en ander hangt samen met een tweede verschil in benadering door de micro-econoom en de bedrijfseconoom: de eerste is vooral nieuwsgierig naar de verklaring van wat er zich afspeelt, de laatste wil meer. Natuurlijk wil ook hij weten hoe het zit, maar bovendien wil hij die kennis gebruiken om de onderneming beter te kunnen besturen; 'beter' wordt hierbij meestal opgevat als 'meer winst opleverend', maar zoals we nog zullen zien is dit te beperkt; er zijn nog andere doeleinden denkbaar. Er is dus een aspect van 'belanghebbend zijn' aan de beoefening van de bedrijfseconomie; men zegt dat de bedrijfseconomie een *normatieve* wetenschap is. Daar hoeft men zich overigens niet voor te schamen, zolang de analyses die ten grondslag liggen aan het bedrijfseconomische beleid, de toets der wetenschappelijke kritiek kunnen doorstaan.

Binnen de bedrijfseconomie worden (meestal) vier deelgebieden⁹ onderscheiden. In hoofdstuk 5 zullen we nagaan in hoeverre deze deelgebieden op elkaar aansluiten of elkaar overlappen. Hier volstaan we met een korte kennismaking. In willekeurige volgorde zijn het de volgende.

Interne organisatie

Bedrijven zijn – zoals we nog uitvoeriger zullen bespreken – organisaties, wat betekent dat het voortbrengingsproces plaats heeft in een samenwerkingsverband tussen mensen en productiemiddelen. Deze samenwerking komt niet vanzelf tot stand. Er moet bijvoorbeeld worden aangegeven wat het doel is van alle activiteiten en op welke wijze men denkt dit te bereiken (management en planning), welke rol elk individu daarbij te vervullen heeft (organisatiestructuur), hoe men te werk zal gaan in relatie tot de steeds veranderende omgeving (strategie) enzovoort.

Accounting

Het voortbrengen van producten gaat, zoals we hebben gezien, gepaard met opofferingen. Binnen het deelgebied accounting bestudeert men enerzijds de wijze waarop deze opofferingen moeten worden gemeten, en op welke wijze men periodiek kan beoordelen of respectievelijk in welke mate financiële resultaten zijn geboekt (*financial accounting*). Het sluitstuk van deze calculaties is de externe berichtgeving, waaronder het uitbrengen van een jaarrekening. Anderzijds moeten beslissingen worden genomen, waarbij de verhouding tussen opbrengsten en kosten een belangrijk criterium is. De vraag is dan op welke wijze men aan de juiste gegevens komt en op welke wijze men moet calculeren (*management accounting*).

Financiering

Om te kunnen produceren zijn productiemiddelen nodig, zoals machines, grondstoffen, gebouwen, voorraden en dergelijke meer. De onderneming moet dus over productiemiddelen kunnen beschikken; deze beschikkingsmacht moet zij weten te verwerven en te behouden. Dit is het terrein van het deelgebied financiering. De bronnen waaraan een bedrijf deze beschikkingsmacht ontleent, noemt men *vermogen*. Dit wordt beschikbaar gesteld door de vermogensverschaffers die hun eigen drijfveren hebben om dit te doen (bijvoorbeeld als belegger) en daarbij ook hun eisen stellen (de een wil een aandeel in de winst, de ander wil graag een vaste rente en een aflossing in het vooruitzicht, een derde wil wel een lening verstrekken maar alleen als er een zekerheid wordt gesteld en dergelijke meer). Belangrijke onderwerpen binnen de financiering zijn de bepaling van de vermogensbehoefte, de wijze van verkrijging van het vermogen, de keuze van de verschillende soorten vermogen en de wijze waarop het vermogen wordt aangewend. Om de verschillende verlangens van de diverse vermogensverschaffers goed te kunnen begrijpen, zodat ze min of meer voorspelbaar worden, is de werking van de vermogensmarkten een zeer belangrijk onderwerp.

Marketing

Een bedrijf produceert niet voor zijn eigen plezier: de bedoeling is dat de productie wordt verkocht. Klanten komen echter niet vanzelf. De relaties met de markten moeten daarom worden opgebouwd, onderhouden en uitgebouwd. Deze relaties zijn vooral afhankelijk van het soort producten die het bedrijf op deze markten voert en de prijzen die het vraagt (respectievelijk op andere wijze tot stand komen). Men zal ervoor moeten zorgen dat het product inderdaad door de klanten wordt gewenst – en meer dan het product van de concurrent –, dat de klant ervan op de hoogte is dat en waar en wanneer het bedrijf de begeerde producten aanbiedt en tegen welke prijs dat gebeurt. Ook moeten er nieuwe klanten worden geworven en moeten er nieuwe producten komen voor oude en nieuwe klanten. Onderdeel van dit deelgebied is het marktonderzoek.

Binnen elk deelgebied zijn verdere onderverdelingen mogelijk. Sommige deelgebieden ondergaan in sterke mate de invloed van andere wetenschappen. Zo gebruikt het vakgebied marketing veel resultaten uit de psychologie, en is in het vakgebied organisatie nogal wat sociologie terug te vinden. In de beide andere deelgebieden is een dergelijke ‘vreemde’ invloed veel geringer. Daarom rekent men marketing en organisatie soms niet (meer) tot de bedrijfseconomie. Er blijft dan een ‘hard’ vak bedrijfseconomie over. Wij zijn van mening dat door bestudering van alleen dit ‘harde’ vak het zicht op de onderneming minder compleet is.

In beginsel bestudeert men binnen de bedrijfseconomie de onderneming alleen voorzover het haar economische aspecten betreft. ‘In beginsel’, want zodra men de verkregen kennis wil gaan toepassen, valt niet te ontkennen dat er ook nog andere aspecten van het bedrijf een grote rol spelen, zoals juridische, psychologische, technische en andere, waarmee dan ook expliciet rekening zal moeten worden gehou-

den. Maar toch, binnen de bedrijfseconomie ligt het zwaarste accent op de economische aspecten. Enkele tientallen jaren geleden achtten sommigen dit een bezwaar: vooral als men mensen voor de praktijk wilde opleiden, zouden de andere dan economische aspecten nadrukkelijker aan de orde moeten komen, aldus hun opvatting. Dit heeft geleid tot het ontstaan van de *bedrijfskunde*, als wetenschap en als opleiding. Men meende dat het bestuderen van de onderneming in al haar facetten zou kunnen leiden tot nieuwe inzichten, die verborgen zouden blijven als men zich hoofdzakelijk zou beperken tot de economische. Kortom, men streefde naar een *interdisciplinaire* benadering van het verschijnsel onderneming. Helaas is dit grotendeels een illusie gebleken. De bedrijfskunde werd dan ook geen interdisciplinaire maar een *multidisciplinaire* wetenschap: de verschillende aspecten werden aan de orde gesteld binnen het kader van ‘de onderneming’, maar konden niet met elkaar worden versmolten. Inmiddels menen we te kunnen zeggen dat bedrijfskunde en bedrijfseconomie naar elkaar zijn toegegroeid; accentverschillen zijn er misschien wel, maar die zijn er ook tussen de bedrijfskundeopleidingen die worden gegeven aan een technische universiteit of hogeschool (zeker accent op productieorganisatie en management) en die welke worden gegeven aan een economische faculteit of hogeschool (zeker accent op marketing of financiering). Maar wellicht zijn ook deze accentverschillen overdreven.

Een vakgebied dat zich beweegt op het terrein van zowel de micro-economie als de bedrijfseconomie draagt de naam *industrial economics*¹⁰, in het Nederlands soms nog wat ouderwets aangeduid als ‘externe organisatie’. Binnen dit gebied bestudeert men de relaties tussen bedrijven, zoals concurrentieverhoudingen, samenwerkingsverbanden en dergelijke. Dit kan men doen vanuit twee gezichtspunten: ofwel vanuit het gezichtspunt van de individuele onderneming ter bepaling van de strategie, ofwel vanuit het gezichtspunt van de overheid, ter bepaling van de industriële politiek. Er wordt veel gebruik gemaakt van de speltheorie, een verzameling wiskundige modellen die het gedrag van een onderneming verklaart in een situatie van interactie met andere ondernemingen en de uiteindelijke situatie probeert te voorspellen.

Enkele typische voorbeelden van vraagstukken op het gebied van industrial economics zijn de volgende:

- Toen de Duitse supermarkt Lidl zich ook in Nederland wilde vestigen, stelden de Nederlandse supermarkten zich teweer door middel van prijsverlagingen (de boodschap was: ‘Beste Lidl, de concurrentie is hier zo hevig dat er geen droog brood te verdienen valt. Ik zou maar weg blijven, als ik jou was.’). Niettemin vestigde Lidl zich hier. Waarom mislukte de strategie van de vaderlandse supermarkten?
- Huisartsen worden ervan verdacht onderling de patiënten te verdelen.¹¹ De Nederlandse Mededingings Autoriteit heeft daar bezwaar tegen. Waarom zouden de artsen dergelijke afspraken maken en waarom zijn deze niet acceptabel?
- Waarom blijft het OPEC-kartel bestaan terwijl het voor iedereen duidelijk is dat de afspraken door verscheidene leden met voeten worden getreden?

1.5 Waarom bestaan er ondernemingen?

Het wordt nu tijd dat we ons buigen over ‘bedrijf’ in het woord bedrijfseconomie. Intuïtief hebben we wel een idee over de vraag wat een bedrijf is. Als we echter even nadenken, blijkt al gauw dat het niet zo eenvoudig is vast te stellen wat een bedrijf mag worden genoemd en wat niet. Ja, Albert Heijn is een bedrijf, Philips ook, maar de Universiteit van Tilburg? Het Koninklijk Concertgebouworkest? Het Centrum voor Werk en Inkomen? Voordat we ons echter gaan verliezen in scholastieke vragen, willen we eerst wel eens weten waarom er van die verschijnselen zijn, die we bedrijven of ondernemingen noemen.

1.5.1 De wet van de comparatieve voordelen

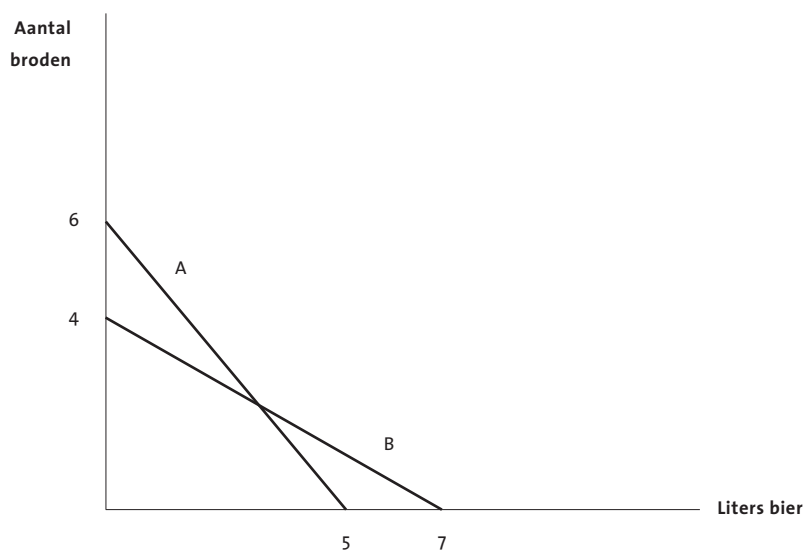
Het uitgangspunt van de economische wetenschap was dat iedereen behoeften heeft, deze wil bevredigen en dat de middelen daartoe schaars zijn. Nu zou ieder voor zich kunnen proberen zijn eigen behoeften te bevredigen, door de middelen die hij ter beschikking heeft, uitsluitend voor zichzelf aan te wenden. Deze middelen zijn van tweeërlei aard: het kunnen goederen zijn die rechtstreeks worden geconsumeerd, zoals voedsel, maar het kunnen ook goederen en diensten zijn die in deze periode niet worden geconsumeerd, maar worden ge- of verbruikt voor de productie van andere goederen of diensten waarmee in een volgende periode behoeften worden bevredigd. Deze tweede soort goederen hebben we productiemiddelen genoemd. Uiteindelijk zijn deze productiemiddelen ooit zelf voortgebracht door de opoffering van in beginsel arbeidskracht, vaardigheden en eventueel productiemiddelen plus door hetgeen de natuur biedt. Een voorraad productiemiddelen noemt de econoom *kapitaal*.

Terzijde: het onderscheid tussen consumptie- en kapitaalgoederen ligt niet principieel in de goederen zelf, maar in de functie die men eraan geeft. Bijvoorbeeld, eenzelfde auto is een consumptiegoed als hij alleen gebruikt wordt om het gezin naar de vakantiebestemming te vervoeren, maar een kapitaalgoed als hij als taxi wordt gebruikt. Natuurlijk zijn er goederen die bijna uitsluitend als kapitaalgoed kunnen fungeren, een betonmolen bijvoorbeeld, maar toch is dit geen *principiële* eigenschap van het goed zelf.

Zolang men alleen zijn eigen behoeften bevredigt door middel van de genoemde arbeidskracht, vaardigheden, zelf vervaardigd kapitaal en grond, zijn er geen transacties nodig; er zijn geen organisaties, er zijn geen markten, kortom er is – in economisch opzicht althans – geen samenleving. Het is dan wel de vraag of men tevreden is met het niveau van behoeftebevrediging (de welvaart): er bestaan nu eenmaal verschillen in vaardigheden, zodat de een beter dan de ander in staat zal zijn om bepaalde behoeften te bevredigen. Dit leidt gemakkelijk tot specialisatie: ‘Als ik nou brood zal bakken – want dat kan ik beter dan jij – en jij brouwt bier – want dat kun jij beter dan ik – en vervolgens ruilen we wat we zelf niet nodig hebben, zijn we allebei beter af.’ Dit illustreren we aan de hand van een voorbeeld.

Voorbeeld

Stel dat A in staat is per dag maximaal 6 broden te bakken of maximaal 5 liter bier te brouwen, dan wel brood zowel als bier te produceren in daar tussenliggende combinaties. B daarentegen kan met dezelfde opofferingen aan tijd en grondstoffen en dergelijke, per dag maximaal 7 liter bier brouwen of hoogstens 4 broden bakken respectievelijk de tussenliggende combinaties realiseren. Deze verschillen zijn het gevolg van een exogene¹² omstandigheid, namelijk een verschil in vaardigheden tussen de beide individuen. Een en ander is weergegeven in figuur 1.1.

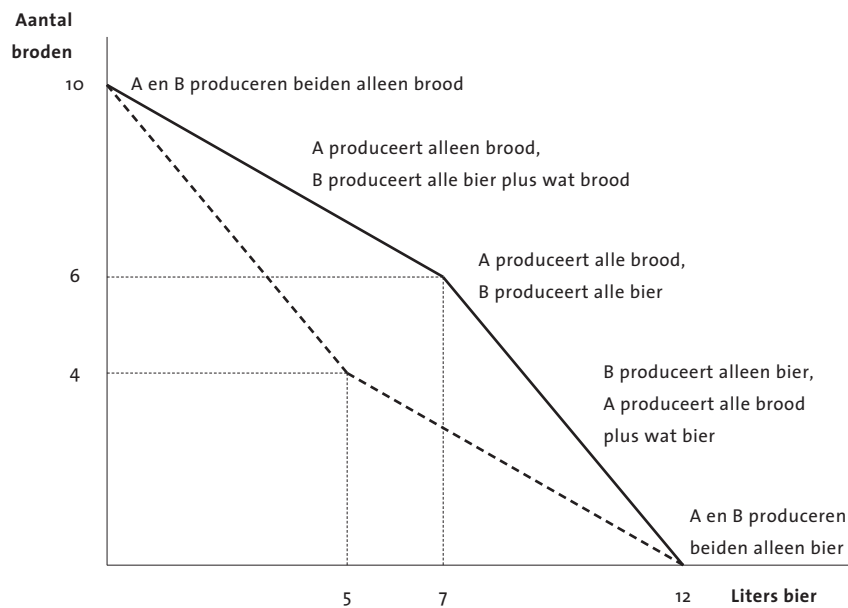


Figuur 1.1 Individuele productiemogelijkheden

Stel nu dat de welvaart het grootst is als de som van het aantal geproduceerde broden en het aantal gebrouwen liters bier het hoogst is (dat betekent dat een brood evenveel welvaart brengt als een liter bier; men kan ook een andere verhouding kiezen, het gaat hier om het principe). Dat is het geval als er 6 broden worden geproduceerd en 7 liters bier worden gebrouwen, dus als A zich uitsluitend toelegt op het broodbakken en B zich beperkt tot bier brouwen. Alle andere combinaties die binnen de technische mogelijkheden liggen leveren minder op (ga dit na!). We kunnen dit laten zien door de totale productiemogelijkheden van beiden in één figuur weer te geven (figuur 1.2).

De getrokken lijn geeft de totale productiemogelijkheden aan als A begint met het brood voor zijn rekening te nemen en B alleen brood bakt als er nog meer nodig zou zijn (die lijn heet dan ook wel de *production possibilities frontier*). Op dezelfde manier begint B met bier te brouwen; A brouwt alleen bier als er meer bier nodig is dan B kan

maken. Het zou natuurlijk ook anders kunnen: dit wordt weergegeven door de onderbroken lijn. Volgens deze laatste lijn produceert A zoveel mogelijk bier en B zoveel mogelijk brood. Duidelijk is dat deze laatste wijze van specialisatie een geringere welvaart oplevert, want hoe meer de lijn naar rechts en naar boven ligt, hoe groter de welvaart van beiden is. Specialisatie is dus voordelig voor beiden: A zal zich toeleveren op de productie van uitsluitend brood en B produceert alleen bier. De producten die men niet zelf verbruikt, worden geruild tegen de producten van de ander.



Figuur 1.2 Totale productiemogelijkheden

Maar hoe weet A dat hij brood moet bakken? Dat is toch ook afhankelijk van wat B presteert? Maar A weet: voor iedere liter bier die hij extra produceert, moet hij, gegeven zijn vaardigheden, genoeg nemen met $6/5$ brood minder te produceren. Elke liter bier extra 'kost' hem dus $6/5$ brood; pas op, het is niet zo dat hij dat $6/5$ brood moet afstaan, maar hij krijgt het domweg niet, wat anders wel het geval zou zijn geweest. We zeggen dat voor hem de *opportunity costs* van een liter bier $6/5$ brood bedragen. *Opportunity costs zijn de gemiste opbrengsten van het beste,¹³ niet gekozen alternatief.* Omgekeerd zijn A's opportunity costs van een brood $5/6$ liter bier. Evenzo geldt dat voor B de opportunity costs van een brood $7/4$ liter bier bedragen respectievelijk van een liter bier $4/7$ brood.

Nogmaals, de opportunity costs hebben niets te maken met uitgaven of rechtstreekse opofferingen. Het zijn *opbrengsten* die de producent *niet* krijgt als hij het desbetreffende alternatief kiest.

Het begrip opportunity costs speelt een zeer belangrijke rol in de bedrijfseconomie. We willen daarom dit begrip nogmaals verduidelijken aan de hand van een eenvoudig voorbeeld dan dat betreffende de heren A en B.

Om te beginnen: opportunity costs komen alleen op het toneel als er sprake is van het nemen van beslissingen. Hierbij is een beslissing altijd een keuze uit een aantal alternatieven en wel zodanig dat het beste alternatief uitverkoren wordt.

Stel dat zich de (elkaar onderling uitsluitende) alternatieven X, Y en Z voordoen waarvan de eigenschappen in tabel 1.1 zijn weergegeven.

Alternatief	X	Y	Z
Opbrengst (euro's)	100	120	90
Kosten (euro's)	60	90	70
Winst (euro's)	40	30	20

Tabel 1.1

Laten we veronderstellen dat over de betekenis van de termen 'opbrengst', 'kosten' en 'winst' geen misverstand bestaat en dat men streeft naar de grootste winst. Het is onmiddellijk duidelijk dat alternatief X het beste is. Ook is duidelijk dat alternatief Y het op één na beste is en alternatief Z het slechtste, hoewel deze beide laatste ieder op zichzelf gezien ook winst beloven. Er is dan ook geen enkele noodzaak om het begrip opportunity costs van stal te halen. Maar stel nu dat de beslisser alleen geconfronteerd wordt met alternatief Y en dat de vraag luidt: doen of niet? Op het eerste gezicht lijkt het een aantrekkelijk alternatief, want het belooft winst. De opportunity costs van Y bedragen echter € 40 (waarom?); brengen we die in rekening dan blijkt het *economische resultaat* (dit is het resultaat op basis van opportunity costs, het resultaat zoals in de tabel weergegeven is het *boekhoudkundig resultaat* ofwel het *accounting profit*¹⁴) gelijk te zijn aan € 120 – 90 – 40 = € -10. Negatief dus. Daarmee wordt aangegeven dat alternatief Y toch niet zo aantrekkelijk is als eerst leek, want er zijn betere alternatieven. De opportunity costs kunnen de opbrengsten zijn van een verder niet gespecificeerd alternatief. Ze doen dan dienst als een minimaal vereist resultaat, waarvan alleen bekend hoeft te zijn dat het gerealiseerd kan worden.

Een andere toepassing: stel een mogelijk te produceren product P vergt aan kosten € 25. Hoe groot moet de opbrengst minstens zijn, wil dit alternatief optimaal zijn? Voor de hand ligt het antwoord € 25, want dan speelt de beslisser quitte. Maar dit antwoord is niet correct als men weet dat er via een ander alternatief een resultaat van € 40 kan worden behaald. Het correcte antwoord is dus € 65.

Nu weer terug naar onze heren A en B. De grootste gezamenlijke productie wordt dus bereikt als ieder het alternatief kiest waarvoor zijn opportunity costs het laagst zijn. Deze stelling staat in de economische wetenschap bekend als de *wet van de*

comparatieve voordelen. In het voorbeeld waren deze comparatieve voordelen relatief: A is slechts relatief efficiënter in broodbakken dan B (want hij kan weliswaar per dag 6 broden bakken tegenover B 4, maar A's bierproductie is per dag kleiner dan die van B) en B is slechts relatief beter in bier brouwen dan A. De wet van de comparatieve voordelen blijft echter ook gelden als een van beiden absoluut beter is in beide activiteiten. Stel dat A in staat is om per dag ofwel maximaal 12 broden te produceren of maximaal 10 liter bier respectievelijk een tussenliggende combinatie. De mogelijkheden van B stellen we even groot als zo-even. De opportunity costs voor beiden zijn dus niet veranderd. Als A zich weer specialiseert in brood bakken en B in bier brouwen dan is het resultaat 12 broden en 7 liter bier. Een andere wijze van specialisatie levert altijd een kleinere welvaart op (reken dit na!).

Deze redenering kan men ook toepassen op deeltrajecten in een productieproces: steeds is het voordelig als iemand dat stukje van een productieproces verzorgt waarvoor geldt dat zijn opportunity costs het laagst zijn. Op deze wijze valt te verklaren waarom er specialisatie en arbeidsverdeling plaatsvindt. Ofwel, waarom er afzonderlijke bedrijven bestaan.

1.5.2 Transactiekosten

Toch is het beeld dat we tot dusver van een economie hebben opgeroepen, niet erg realistisch te noemen. De consequentie van de redenering is namelijk dat ieder individu zich zal toeleggen op één activiteit, dit wil zeggen: op één product of half-fabrikaat. Immers, men kan maar voor één product de laagste opportunity costs hebben. Vervolgens moeten er iedere keer dat iemand een behoefte wil bevredigen aan een product dat hij niet zelf maakt, markttransacties plaatsvinden. Met andere woorden, er zouden uitsluitend eenmansbedrijfjes zijn die ieder slechts één product voortbrachten, dus organisaties zijn er niet. Dat die er in de werkelijkheid overduidelijk wel zijn, kan worden toegeschreven aan het feit dat er een kracht in het spel is die we nog niet genoemd hebben en dat is het bestaan van *transactiekosten*. We moeten constateren dat het aangaan van markttransacties kosten met zich meebrengt. Hierbij moeten we niet alleen denken aan 'echte' uitgaven aan postzegels of andere transportkosten, keuringskosten, kosten voor tussenpersonen (makelaars bijvoorbeeld) en dergelijke meer, maar vooral aan opportunity costs. Iets verderop bespreken we waaruit deze kosten kunnen bestaan, maar men hoeft slechts te denken aan de moeite die het kan kosten om een geschikte transactie-partner te vinden, om het bestaan van deze kosten te onderkennen. Deze transactiekosten kunnen het voor iemand onvoordelig maken om zijn behoeftebevrediging uitsluitend door middel van markttransacties te laten plaats hebben en vormen dus een prikkel om deze transacties te vermijden door met anderen samen te werken. Die samenwerking kan uitmonden in een organisatie; in dat geval immers kunnen markttransacties achterwege blijven voorzover de voortgang van het productieproces binnen de organisatie blijft. We zeggen dat er transacties zijn geïnternaliseerd.

Terzijde: de Nobelprijswinnaar R. Coase was een van de eersten die het ontstaan respectievelijk het bestaan van organisaties niet vanzelfsprekend vond. Hij publiceerde zijn eerste gedachten hierover in 1937. In de jaren zeventig van de vorige eeuw was het vooral O. Williamson die de theorie verder uitwerkte.

Welke kosten zijn nu die transactiekosten? In de eerste plaats worden ze zoals gezegd hoofdzakelijk opgevat als opportunity costs; wat dat zijn is zo-even besproken. De transactiekosten kunnen ruwweg in vier groepen worden onderverdeeld.

- 1 *Kosten als gevolg van de begrensde rationaliteit.* De informatieverwerkende capaciteit van de mens is beperkt zodat hij niet in staat is om alle alternatieven te kennen die openstaan voor de bevrediging van zijn behoeften. Hij kent niet eens al zijn behoeften (niemand telt 's avonds voor het naar bed gaan nog even zijn behoeften na). Voor de wel bekende behoeften moeten bevredigingsalternatieven worden gezocht met alle moeilijkheden van dien. Dit betekent dat het niet duidelijk is of een uiteindelijk op de markt afgesloten transactie ook de optimale is geweest. Waarschijnlijk zijn er betere mogelijk, misschien met een andere partner, of met een andere inhoud en de opbrengst daarvan wordt dus niet verkregen. Anders gezegd, er bestaan (opportunity) kosten als gevolg van begrensde rationaliteit.
- 2 *Kosten als gevolg van onzekerheid en complexiteit.* De beoordeling van de alternatieven is zelden zo eenvoudig als in het bovenstaande voorbeeld. De ene keer zal A in staat zijn om inderdaad 6 broden te bakken, maar als op een dag de brandstof voor de oven toevallig vochtig is, zullen het er wel eens minder kunnen zijn. Hoe zeker is hij er trouwens van dat B inderdaad beter is in bier brouwen? Er is dus onzekerheid in het spel door invloeden van buitenaf, die de beoordeling van de uitkomsten van de alternatieven twijfelachtig kunnen maken en daarmee ook de keuze. Anders gezegd, contracten tussen partners zijn altijd onvolledig: niet alle aspecten van de transactie kunnen tevoren worden vastgelegd. Sommige alternatieven zijn zo ingewikkeld dat het alleen al daardoor moeilijk is ze te beoordelen. Probeer maar eens om twee offertes voor een levensverzekering met elkaar te vergelijken, of te beoordelen of uw keuze om bedrijfs-economie te gaan studeren wel juist is. Men kan proberen de onzekerheid en de complexiteit te verminderen (de contracten vollediger te maken) door extra informatie in te winnen, maar het is duidelijk dat dit duur en tijdrovend is (maar niet voor elk alternatief even duur respectievelijk tijdrovend) en dat de interpretatie ervan ingewikkeld kan zijn. In sommige gevallen zal het verkrijgen van informatie zelfs praktisch onmogelijk zijn.

Onzekerheid en/of complexiteit kunnen aanleiding zijn tot een verschijnsel dat bekend staat onder de naam *adverse selection*. Hiermee wordt bedoeld dat een markt de 'verkeerde' transactiepartners aantrekt waardoor de markt zichzelf de das om-doet. Een en ander laat zich het best illustreren aan de hand van een voorbeeld.¹⁵

Voorbeeld

Stel er worden op een automarkt twee soorten auto's aangeboden: goede en slechte. Helaas is aan de buitenkant niet te zien welke auto goed is en welke slecht, maar de aanbieders weten dat wel (dit heet informatieasymmetrie – tussen vragers en aanbieders namelijk). Zoals dat gaat op automarkten is er achteraf geen garantie, dus de koper moet ter plaatse definitief beslissen. Stel dat een klant bereid is om € 5000 te betalen voor een goede auto en € 1000 voor een slechte. Stel dat ook de aanbieder € 5000 voor een goede auto respectievelijk € 1000 voor een slechte een acceptabele prijs vindt. Omdat een klant niet weet of een bepaalde auto waarvoor € 5000 wordt gevraagd, goed of slecht is, zal hij er geen € 5000 voor over hebben, want het kan een kat in de zak zijn (in het Amerikaanse *slang* een 'lemon'). Als hij de mogelijkheden dat een bepaalde auto goed respectievelijk slecht is tegen elkaar afweegt, is het denkbaar dat hij bereid is om bijvoorbeeld € 3000 te betalen, in geen geval echter € 5000. Voor deze prijs zal de aanbieder echter geen goede auto willen verkopen, maar wel een slechte. Het uiteindelijk gevolg is dat er op de markt alleen slechte auto's zullen worden aangeboden en de markt voor goede auto's verdwijnt.

Iets soortgelijks doet zich voor in de verzekeringswereld. Als een maatschappij een ziektekostenverzekering aanbiedt, is de aanbiedingsprijs ervan (de premie) gebaseerd op een statistische verwachting van de ziektekosten per klant, die bijvoorbeeld wordt afgeleid uit de gemiddelde gezondheidstoestand van de bevolking. Maar gezonde mensen zullen minder bereid zijn om zo'n polis te kopen, want zij verwachten geen of weinig uitkeringen te zullen ontvangen. Zij kunnen zich de premie besparen. Mensen met een zwakke gezondheid daarentegen zullen juist eerder zo'n polis kopen, want in hun geval leidt de afweging tussen het zelf betalen van ziektekosten en het betalen van de premie tot het laatste. De verzekeringsmaatschappij echter wordt dan geconfronteerd met klanten die overwegend een slechte gezondheid hebben; zij moet dus gemiddeld per klant meer uitkeren dan het bedrag waarop de polisprijs was gebaseerd en dus zal de prijs van de polis omhoog moeten. Maar dan zullen de mensen met een iets minder slechte gezondheidstoestand hun polis opzeggen; het verhaal begint dus van vooraf aan. Uiteindelijk blijven slechts die klanten over met de slechtst denkbare gezondheid; de prijs van de polis moet dan om en nabij gelijk zijn aan de ziektekosten van deze mensen (afgezien van andere kosten en winstopslagen) en ze kunnen dan net zo goed hun eigen ziektekosten betalen, ofwel deze markt verdwijnt.

Terzijde: dat er in de werkelijkheid toch ziektekostenverzekeringen bestaan, komt doordat de mensen niet louter op basis van verwachte kosten handelen, wat in het voorbeeld is verondersteld, maar ook op basis van risico. Het kan wel waar zijn dat voor een individuele persoon de verwachte kosten lager zijn als hij zich niet verzekert, maar als hij kosten moet betalen kunnen deze zo hoog blijken te zijn dat hij ze niet kan betalen. Dit laatste kan zulke onplezierige gevolgen hebben (hij wordt niet behandeld en gaat dood, of hij gaat failliet en de schuld achtervolgt hem zijn hele leven), dat hij toch zal besluiten zich te verzekeren. Het principe van adverse selection blijft echter gelden.

- 3 *Kosten als gevolg van opportunisme*.¹⁶ Hoewel in de economische wetenschap wordt verondersteld dat ieder zijn eigenbelang nastreeft, abstraheert men in de traditionele theorie meestal van ‘strategisch gedrag’. Met dit laatste wordt bedoeld dat huidige handelingen in strijd kunnen lijken met het onmiddellijke eigenbelang, maar juist gunstig zijn voor het eigenbelang op wat langere termijn. Uiteraard bestaat dit strategisch gedrag wel degelijk. Met andere woorden, men kan er niet zeker van zijn dat de partner zich in de toekomst aan de gemaakte afspraken zal houden.

Kosten van opportunisme doen zich met name voor in het geval van *asset specificity*. De uitdrukking *asset specificity* wil zeggen dat de verkopende transactiepartner voor het nakomen van zijn contractuele verplichtingen zeer specifieke productiemiddelen (bijvoorbeeld machines) nodig heeft, die uitsluitend kunnen worden gebruikt voor dit contract en voor andere doeleinden nagenoeg waardeloos zijn. Als de kopende partij dit weet, kan hij, nadat het contract is afgesloten, gedurende de looptijd ervan misbruik maken van dit gegeven (‘Ik heb wel beloofd dat ik € 100 per stuk zal betalen maar bij nader inzien vind ik het product toch niet meer waard dan € 25’). De verkoper heeft dan immers geen keus meer.

Terzijde: het hangt overigens van de feitelijke machtsverhoudingen af welke van beide partijen zich opportunistisch kan gedragen. Onder omstandigheden zou in het voorbeeld ook de verkoper kunnen zeggen: ‘Ik heb gezegd dat ik zal leveren voor € 100 per stuk, maar nou ik er nog eens over nadenk, vind ik toch dat je € 125 moet betalen’.

Een tweede situatie waarin kosten van opportunisme voorkomen is die van *moral hazard*. Dit is het geval als een van de contractpartners beschikt over informatie die van belang is om het contract tot stand te brengen, maar deze achterhoudt. Het bekendste voorbeeld van *moral hazard* komt uit de verzekeringswereld: stel, iemand verzekert zijn huis tegen brand. De verzekeringsmaatschappij gaat er bij het aangaan van het contract van uit dat de klant zich ten aanzien van brandgevaar even voorzichtig zal gedragen als iedereen. Niettemin kan de klant in de verleiding komen het met de voorzichtigheid niet zo nauw te nemen: hij is immers goed verzekerd. Het risico voor de maatschappij is dus groter dan bij het aangaan van het contract verwacht werd; de verzekeringsmaatschappij zal dit risico willen compenseren, zodat de polis duurder wordt en daarmee minder aantrekkelijk voor de klant.

Moral hazard heeft dus betrekking op het zich anders gedragen dan werd voorgespiegeld, *nadat* het contract tot stand gekomen is; adverse selection betreft verborgen informatie *voordat* het contract is gesloten.

Terzijde: in verband met de kosten van opportunisme kan nog het zogenaamde ‘small numbers problem’ worden genoemd. Als u markttransacties wil uitvoeren, maar er zijn maar weinig potentiële contractpartners, heeft u geen sterke onderhandelingspositie: de anderen kunnen bijvoorbeeld hoge prijzen vragen in de wetenschap dat u weinig alternatieven hebt.

- 4 *Kosten als gevolg van atmosphere.* De relatie tussen contractpartners is niet altijd strikt zakelijk; de gevolgen daarvan zijn moeilijk te kwantificeren, maar ze zullen er ongetwijfeld zijn.

Voorbeeld

Kosten van atmosphere vinden we bijvoorbeeld in de relatie tussen een bedrijf en een toeleverancier. Als de laatste het bedrijf eens geholpen heeft door tijdens een moeilijke periode wat meer en/of wat langer krediet te geven, is het moeilijk om deze toeleverancier de deur te wijzen als er zich een goedkopere meldt. Dit is een typisch voorbeeld van welbewust niet-rationeel handelen, maar het komt wel uit de realiteit.

Op voorhand is het bovendien niet zeker dat een volgende transactie weer met dezelfde partner zal worden afgesloten. Als men nu uitsluitend markttransacties afsluit en dus de bovengenoemde opportunity costs onder ogen moet zien, heeft dit als gevolg dat er voornamelijk transacties met een korte looptijd tot stand zullen worden gebracht (een soort 'hit-and-run'). In het licht van de maatschappelijke welvaart is dit niet bepaald gunstig: het gevolg kan zijn dat er bijvoorbeeld nauwelijks grote infrastructurele werken worden gerealiseerd, want die vereisen contracten met een langere looptijd. Anders gezegd, er zullen behoeften onbevredigd blijven: opportunity costs!

Door nu transacties te 'internaliseren', dit wil zeggen: tot stand te brengen binnen een gestructureerde groep vaste partners (een organisatie dus), verlaagt men de transactiekosten. Binnen een organisatie waarin mensen dezelfde belangen hebben, weten we immers samen meer dan alleen (de begrensde rationaliteit knelt minder): er kunnen specialisten in de organisatie worden opgenomen, zodat de onzekerheid en de complexiteit minder worden, opportunisme is binnen een organisatie van gelijkgestemden niet voor de hand liggend (hoewel, zie verderop) en kosten van atmosphere zijn minder waarschijnlijk als we de gezamenlijke belangen benadrukken. Dit zal vooral gelden als de samenwerking een duurzaam karakter heeft: een organisatie zal dus haast per definitie streven naar *continuïteit*.

Terzijde: de vraag is overigens wel: continuïteit van wat? Als bijvoorbeeld mijn bedrijf wordt overgenomen door een ander bedrijf en in diens organisatie wordt ingevoegd, is er dan sprake van continuïteit? We gaan hier niet verder op in. In het kader van dit boek is het voldoende te stellen dat het samenwerkingsverband streeft naar continuïteit, waarbij de omvang en de activiteiten in het midden blijven.

Een participant (dat is iemand die deelneemt aan de organisatie) verwacht dus voordelen van zijn organisatie, maar dat doen de andere participanten ook. Deze voordelen komen niet uit het niets tevoorschijn, maar moeten worden bewerkstelligd doordat de participanten *bijdragen* leveren. Deze bijdragen kunnen allerlei vormen hebben, zoals arbeidskracht, kennis/kunde, materiële zaken, geld (vermogen) enzovoort. Een en ander vereist een gedegen opbouw van de organisatie: het is bepaald meer dan een willekeurig groepje mensen.

Terzijde: merk op dat de organisatie hier alleen wordt verklaard vanuit het economische gezichtspunt. Het is dan ook een *economische* organisatietheorie. Dit neemt natuurlijk niet weg dat het be-/ontstaan van een organisatie ook op basis van bijvoorbeeld sociologische argumenten kan worden verklaard.

1.5.3 Organisatiekosten

Er zijn echter ook krachten die belemmerend werken bij het ontstaan en groeien van organisaties, namelijk de organisatiekosten. We moeten ons realiseren dat het internaliseren van transacties het binnenhalen van allerlei soorten participanten impliceert, die ieder hun eigen redenen hebben om mee te doen, dus hun eigen doelstellingen meebrengen. Er kunnen zich dus toch belangentegenstellingen voordoen.

Het is dan ook niet gegarandeerd dat met name de belangen van managers en eigenaars parallel lopen. Dit geldt overigens ook voor andere groepen participanten, maar hier zijn de belangentegenstellingen het meest in het oog springend. De eigenaars (dit zijn degenen die de resultaten van de activiteiten moeten afwachten en genoeg moeten nemen met wat er voor hen overschiet – we komen hier verderop op terug) treden in feite op als lastgevers aan het management (de lasthebbers). De theorie die deze benadering volgt heet dan ook de *agency theory*.

Terzijde: met de *agency theory* zijn vooral de namen verbonden van A. Berle en G. Means, *The Modern Corporation and Private Property*, New York, 1932, van R. Coase, 'The Nature of the Firm', *Economica*, 1937, blz. 386-405 en van R. Cyert en J. March, *A Behavioral Theory of the Firm*, New York, 1963. Later hebben ook vele andere schrijvers zich intensief met deze theorie beziggehouden.

De lastgevers (of met een wat ouderwetse term de principalen) kunnen echter niet zonder meer beoordelen of de daden van het management (de lasthebbers of agenten) stroken met de belangen van de eerstgenoemden. In termen van de naamloze vennootschap (zie ook hoofdstuk 2): de aandeelhouders zijn de lastgevers aan het management. Omdat zij niet goed kunnen waarnemen of de beslissingen van het management in overeenstemming zijn met hun (dat wil zeggen de aandeelhouders) belangen, daalt de waarde van de onderneming, lees de beurskoers. Zou u veel geld willen betalen voor een aandeel van een bedrijf waarvan u niet weet of het geleid wordt conform de belangen van de aandeelhouders? Met andere woorden, er ontstaat een zogenaamd *residual loss*: de gevolgen van de daden van het management komen uiteindelijk voor rekening van de eigenaars.

De eigenaars kunnen twee dingen doen om dit residual loss zo klein mogelijk te houden: ze kunnen de managers zo *belonen* dat ze worden geprikkeld om de belangen van de aandeelhouders te behartigen. De beloning kan bijvoorbeeld gedeeltelijk afhankelijk zijn van de omzet, of van de winst, of – en dat levert de laatste tijd

nog al wat discussie op – managers worden beloond met zogenaamde opties. Opties zijn rechten om aandelen (in dit geval van de eigen onderneming) te kopen tegen een tevoren vastgestelde prijs, die op het moment dat de opties worden verleend, (niet al te veel) hoger is dan de actuele beurskoers. Als de managers het naar de maatstaven van de aandeelhouders goed doen, stijgt de beurskoers, zodat de managers hun opties kunnen uitoefenen en de goedkoop verkregen aandelen desgewenst met winst tegen de dan geldende beurskoers kunnen verkopen.

Een meer directe vorm van resultaatafhankelijke beloning is de *bonus*. Zoals eerder gezegd is deze beloningsvorm op verschillende plaatsen uit de hand gelopen, mede doordat de bonussen in de praktijk door het management zelf werden vastgesteld en hoogstens achteraf door de toezichthouders werden goedgekeurd. Het stelsel is uit de hand gelopen doordat dit het management prikkelt zijn eigen belangen te behartigen ('Als de afzet dit jaar niet met 7% stijgt, krijg ik geen bonus. Verlaag de prijs dus en als we dan verlies lijden is dat jammer') en vooral op de korte termijn is gericht. Daarnaast is er ook een sterk lemmingeffect: 'als wij geen bonussen geven, lopen we een grote kans dat onze beste krachten overlopen naar de concurrent'.

De andere maatregel die de aandeelhouders kunnen treffen, is het uitoefenen van *toezicht*. Ze zullen bijvoorbeeld een Raad van Commissarissen instellen die namens hen van dichtbij toezicht uitoefent. Ook andere vormen van toezicht zijn denkbaar; men kan bijvoorbeeld de bevoegdheden van de managers beperken en de desbetreffende beslissingen aan zichzelf voorbehouden.

Hoe het ook zij, per slot van rekening kosten al deze maatregelen geld, zodat we kunnen zeggen dat er door het nemen van maatregelen om de ongewenste effecten van de scheiding van leiding en eigendom tegen te gaan, nadelen ontstaan, die we samenvatten onder de term *monitoring costs*.

De managers zelf hebben er echter belang bij dat de aandeelhouders ervan overtuigd zijn dat zij zich gedragen conform de eigenaarsbelangen. Daartoe zullen zij regelmatig verslag uitbrengen (bijvoorbeeld de jaarrekening, kwartaalberichten, persberichten, mededelingen aan de Beursautoriteiten enzovoort). Ook dit brengt echter kosten met zich mee die we samenvatten onder de term *bonding costs*. Natuurlijk komen deze laatste uiteindelijk weer tenminste voor een deel voor rekening van de aandeelhouders (ook van de managers, want dergelijke kosten verminderen de winst en dus hun beloning). Monitoring costs, bonding costs en residual losses heten samen *agency costs*.

Het vergt niet al te veel fantasie om in te zien dat agency costs vooral een rol gaan spelen als de organisatie groot wordt; dan immers zijn er veel meer formele procedures nodig om toezicht te houden, om verslag uit te brengen en is de situatie voor de buitenwereld (waaronder de belangstellende belegger/toekomstig aandeelhouder) ondoorzichtiger. We kunnen dus zeggen dat het bestaan van deze kosten een rem is op de ongebreidelde groei van een organisatie.