**Thema**

**Produceren voor de wereldmarkt**

***Onderzoeksvraag 1***

***Wat betekent internationale handel voor België?***

1. **Waarom is de haven van Antwerpen belangrijk voor België?**

* Stimuleert internationale handel
* Zorgt voor beschikbaarheid van producten die we anders niet zouden hebben
* Werkgelegenheid

1. **Wat is een doorvoerhaven?**

Haven waar producten vanuit de hele wereld aankomen om verscheept te worden naar andere landen

1. **Wat is een doorvoerland?**

Land waar goederen binnenkomen die zonder bewerking terug uitgevoerd worden

1. **Wat kan er naast doorvoer nog gebeuren met goederen die ons land binnenkomen?**

Halffabrikaten kunnen verwerkt worden tot fabrikaten. Grondstoffen kunnen verwerkt worden tot halffabrikaten of fabrikaten.

1. **Wat stel je vast als je kijkt naar de producten die België in-en uitvoert?**

België voert ongeveer dezelfde producten in-en uit met een gestegen belang aan kunststoffen en een gedaald belang aan onedele metalen

1. **Geef twee verklaringen voor de vaststelling die je deed in de vorige vraag.**

* België voert producten in, bewerkt ze en voert ze daarna uit.
* België is een doorvoerland met wereldhavens Antwerpen, Zeebrugge en Gent. Maar ook met een centrale ligging in West-Europa en een uitgebreid wegennet.

1. **Welke landen zijn de belangrijkste handelspartners van België?**

De buurlanden (Nederland, Duitsland, Frankrijk)

1. **Wat stel je vast als je de export en import per inwoner tussen China en België met elkaar vergelijkt?**

De export en import per inwoner liggen in België veel hoger dan in China

1. **Landen met een open economie staan open voor handel met het buitenland. Welk van beide landen heeft de meest open economie?**

Belgie: veel export en import, zeer afhankelijk van het buitenland

|  |  |
| --- | --- |
| **Begrippen** | |
| Internationale handel | de in-en uitvoer van goederen en diensten tussen landen |
| Invoer of import | de aankoop van producten in het buitenland |
| Open economie | economie met veel international handel, zowel invoer als uitvoer |
| Uitvoer of export | de verkoop van producten aan het buitenland |

***Onderzoeksvraag 2***

***Wat zet ondernemingen aan tot internationale handel?***

1. **De Vlaamse Leeuw van de Export**
2. **Hoe verwerven deze ondernemingen een concurrentieel voordeel waardoor ze kunnen exporteren?**

* Het investeren in O&O
* Specialisatie
* Efficiëntie

1. **Wat zijn de positieve gevolgen van export voor deze ondernemingen?**

* Meer afzet en meer omzet
* Hun bedrijf is kunnen groeien

1. **Welke gevolgen heeft het winnen van de Leeuw van de Export gehad voor deze ondernemingen?**

* Het aantrekken van nieuwe werknemers
* Naambekendheid
* Stimulans tot verbetering

1. **Waarom kan België zoveel exporteren?**

Beter opgeleide arbeidskrachten

1. **Hoe kunnen schaalvoordelen ontstaan? Geef twee voorbeelden.**

* De kosten kunnen gespreid worden over meer eenheden
* Grote ondernemingen kunnen gemakkelijker lage aankoopprijzen eisen van hun leverancier (kwantumkorting)

1. **Ondernemingen kunnen met hun aankopen in het buitenland ook de binnenlandse consumenten een plezier doen. Geef drie voordelen van importeren voor Belgische consumenten?**

* Meer keuze binnen dezelfde productcategorie (variatie)
* Lagere prijzen door lagere kostprijs (efficiëntere productie in het buitenland)
* Kunnen beschikken over producten die in België niet geproduceerd kunnen worden

1. **Voordelen van internationale handel voor binnenlandse ondernemingen:**

**Voordelen export:**

* Omzet en winst stijgen
* Grotere afzetmarkt
* Schaalvoordelen zorgen voor lagere kosten omdat de kosten gespreid worden over meer eenheden
* Specialisatie leidt tot efficiënte productie

1. **Internationale handel kan heel wat voordelen bieden. Zet na elk voordeel of het gaat export (X) of om import (M).**

|  |  |
| --- | --- |
| grotere afzetmarkt | X |
| beschikbaarheid van grodstoffen | M |
| lagere productiekosten | X en M |
| schaalvoordelen | X |
| lagere prijs | X en M |
| specialisatie | X en M |
| meer variatie | M |
| efficiëntere productie | X en M |

|  |  |
| --- | --- |
| **Begrippen** | |
| afzetmarkt | alle klanten aan wie een onderneming haar producten kan verkopen |
| efficiënte productie | een goed of dienst met een vooropgestelde kwaliteit kunnen voortbrengen tegen de laagst mogelijke productiekosten |
| specialiseren | zich toeleggen op de productie van bepaalde goederen en diensten die de meeste winst opleveren |

***Onderzoeksvraag 3***

***Waarom zetten ondernemingen vestigingen op in andere landen?***

1. **Wat is een mno (multinationale onderneming)?**

Onderneming met vestigingen in verschillende landen

1. **Bij globale marketing kiest een onderneming ervoor om over de hele wereld hetzelfde product aan te bieden. Bij internationale marketing worden de producten aangepast aan de marktsituatie en aan de voorkeur van de consument. Doet McDonald’s aan globale of aan internationale marketing? Waarom?**

Aan internationale marketing. De producten worden aangepast aan de voorkeur van de consument.

1. **Waarom zou een onderneming ervoor kunnen kiezen om aan globale marketing te doen?**

De kosten liggen dan lager. Je moet maar 1 product promoten.

1. **Omschrijf het begrip delokalisatie.**

Verplaatsen van bedrijfsactiviteiten naar het (goedkopere) buitenland

1. **Drie redenen om te delokaliseren:**

* De loonkosten en ook andere kosten naar beneden drukken
* Invoerheffingen ontwijken
* Minder belastingen betalen

1. **Geef twee nadelen van delokalisatie voor het land waar de productie oorspronkelijk gevestigd was.**

* Minder werkgelegenheid
* Minder belastingsinkomsten

1. **Geef een maatregel die de overheid kan nemen om delokalisatie te vermijden**

Fiscale gunstmaatregelen

1. **Welke voordelen biedt de productie in België in vergelijking met China?**

* Een betere bescherming tegen illegaal kopiëren
* De kwaliteit van het product is beter
* Door beter geschoolde arbeiders in België wordt de loonkost lager
* De hoge transportkosten worden vermeden

1. **Geef drie oorzaken van marketingblunders**

* Slechte vertalingen
* Geen kennis van de cultuur of godsdienst
* Gebrek aan historische kennis

1. **Waar zouden deze blunders het vaakst voorkomen: bij internationale of bij globale marketing. Waarom?**

Bij globale marketing. Omdat de 4 marketing p’s niet aangepast worden aan de cultuur van het land.

1. **Zet na elk voordeel of het gaat om globale (G) of internationale (I) marketing.**

|  |  |
| --- | --- |
| Lagere productiekosten | G |
| Lagere verkoopprijs | G |
| Betere service | I |
| Marketing is aangepast aan de voorkeur van de consument | I |
| Schaalvoordelen | G |
| Beter inspelen op nationale verschillen | I |

|  |  |
| --- | --- |
| **Begrippen** | |
| delokalisatie | verplaatsen van bedrijfsactiviteiten naar het (goedkopere) buitenland |
| globale marketing | marketing waarbij hetzelfde product in verschillende landen wordt aangeboden |
| internationale marketing | marketing gericht op de afzetmarkten binnen verschillende landen waarbij de producten aangepast worden aan de voorkeur van de lokale consument |
| invoerheffingen | belastingen op ingevoerde producten |
| multinationale onderneming (mno) | onderneming met vestigingen in verschillende landen |

***Onderzoeksvraag 4***

***Hebben landen baat bij de vestiging van buitenlandse ondernemingen?***

|  |
| --- |
| Holding + dochterondernemingen = concern |

1. **Een voordeel van buitenlandse vestigingen in eigen land:**

Meer economische groei en tewerkstelling

1. **Multinationale ondernemingen houden zich niet altijd aan de regels als ze een vestiging opstarten in het buitenland en stellen het eigen belang wel eens boven dat van de werknemer. Twee voorbeelden van inbreuken:**

* Sociale wetgeving
* Werkomstandigheden

1. **Waarom begaan multinationals deze inbreuken?**

Ze willen kosten besparen waardoor ze lagere prijzen kunnen aanrekenen, concurrentieel kunnen blijven en meer winst kunnen maken.

1. **Waarom treedt de overheid van de ontwikkelingslanden hier niet tegen op?**

Er is een gebrek aan solidariteit tussen de ontwikkelingslanden. Dat wil zeggen: niet elk ontwikkelingsland treedt op dezelfde wijze op. Bedrijven vertrekken naar een ander land.

1. **Waarom kunnen plaatselijke ondernemingen niet ingaan tegen multinationals?**

De plaatselijke ondernemingen worden verplicht om tegen spotprijzen te leveren. Ze werken tegen hun limiet aan. Maar ze kunnen hun wil niet opleggen want dan zou de multinational verhuizen naar een ander land met goedkopere arbeidskrachten.

1. **In verband met de vragen 4 en 5 wordt soms gesproken van ‘ontoelaatbare druk’ van multinationals. Wat wordt daarmee bedoeld?**

De multinational dreigt hun land te verlaten indien de overheid of het gastland

1. **Waarom leveren de activiteiten van multinationals niet veel inkomsten op voor het gastland?**

De winst wordt doorgesluisd naar de moederonderneming

1. **Welke maatregelen kunnen ervoor zorgen dat ondernemingen als Ikea, Nike en Shell hun goede bedoelingen ook werkelijk waarmaken?**

* Een internationale reglementering die gerespecteerd moet worden
* Nood aan een onafhankelijke instelling die ter plaatse gaat controleren, een objectief rapport gaat maken waardoor de consument

1. **Als ondernemingen hogere lonen betaalden, zou dat op sociaal vlak een verbetering zijn. Waarom doen ze dit dan niet?**

Omdat de aandeelhouders daar waarschijnlijk niet mee akkoord gaan. Door de concurrentie en door de druk om te innoveren in O&O vrezen zij dat de winst achteruit gaat en dat ze op concurrentieel vlak achteruit gaan

1. **De belangrijkste reden waarom overheden willen dat buitenlandse ondernemingen een vestiging opstarten in hun land is dat:**

dit zorgt voor economische groei en tewerkstelling

1. **Waarom geniet een gastland zelden van de winst die een multinational maakt?**

Omdat die winst niet geherinvesteerd wordt, maar doorgesluisd naar het moederbedrijf

1. **Als een multinational dreigt te delokaliseren naar een ander land als er niet aan haar eisen wordt voldaan, dan is er sprake van:**

ontoelaatbare druk

1. **Naast lagere loonkosten is een belangrijke reden om een vestiging op te starten in een ontwikkelingsland:**

het gebrek aan regels, waardoor bijvoorbeeld producten kunnen gemaakt worden die in het thuisland verboden zijn

1. **Wat is een label? Waarvoor wordt het gebruikt?**

Een soort keurmerk dat aangeeft dat een product aan bepaalde voorwaarden voldoet op sociaal, economisch of milieuvlak. Een onderneming die aan alle voorwaarden voldoet mag dit label drukken op de verpakking.

|  |  |
| --- | --- |
| **Begrippen** | |
| dochteronderneming | onderneming die eigendom is van een of meerdere andere ondernemingen |
| gedragscode | afspraken rond sociale, ethische en ecologische waarden die ondernemingen zichzelf vrijwillig opleggen |
| moederonderneming | onderneming die (mede-) eigenaar is van een of meerdere andere ondernemingen |

***Onderzoeksvraag 5***

***Stimuleert de overheid de internationale handel?***

1. **Omschrijf het begrip protectionisme.**

Het beschermen van binnenlandse ondernemingen tegen buitenlandse concurrentie

1. **Twee redenen waarom de overheid van sommige landen aan protectionisme doet:**

* Om de eigen tewerkstelling te behouden
* Om in bepaalde strategische sectoren onafhankelijk te zijn van het buitenland

1. **Waarom wil de Vlaamse overheid ondernemingen steunen om de export te bevorderen?**

Vlaanderen heeft een beperkte afzetmarkt en daarom is export belangrijk om onze welvaart te verhogen

1. **Welke voordelen biedt export voor een land?**

* Meer omzet en dus meer welvaart
* Het bevordert de tewerkstelling

1. **Exportsubsidies worden in het buitenland aanzien als een handelsbelemmering. Waarom?**

Door subsidies geef je de binnenlandse ondernemingen een concurrentieel voordeel op buitenlandse ondernemingen

1. **Uit hoeveel landen bestaat de EU vandaag?**

28: België, Bulgarije, Cyprus, Denemarken, Duitsland, Estland, Finland, Frankrijk,

Griekenland, Hongarije, Ierland, Italië, Kroatië, Letland, Litouwen, Luxemburg,

Malta, Nederland, Oostenrijk, Polen, Portugal, Roemenië, Slovenië, Slowakije,

Spanje, Tsjechië, Verenigd Koninkrijk, Zweden

1. **Uit hoeveel landen bestaat de eurozone vandaag?**

19: België, Cyprus, Duitsland, Estland, Finland, Frankrijk, Griekenland, Ierland,

Italië, Letland, Litouwen, Luxemburg, Malta, Nederland, Oostenrijk, Portugal,

Spanje, Slovenië, Slowakije

(Als een land hoort bij de eurozone, hoort het automatisch ook bij de EU.)

1. **Welke EU-lidstaten doen niet mee met de euro?**

9: Bulgarije, Denemarken, Hongarije, Kroatië, Polen, Roemenië, Tsjechië, Verenigd

Koninkrijk, Zweden

1. **Hoe stimuleert de EU de vrijhandel tussen de lidstaten?**

* Afschaffen van de onderlinge handelsbelemmeringen
* Een Europese markt zonder binnengrenzen met vrij verkeer van goederen en diensten, kapitalen en arbeidskrachten

1. **Welke gevolgen kan dit hebben voor ondernemingen? Bedenk zowel een positief als een negatief gevolg.**

+ Grotere afzetmarkt

* Meer concurrentie

1. **Welk voordeel geeft het gebruik van de euro aan ondernemingen en gezinnen vergeleken met de vroegere situatie?**

Ondernemingen: geen wisselkoersrisico’s zorgt voor een meer stabiele internationale vrijhandel

Gezinnen: moeten niet constant van munt veranderen wanneer ze op reis gaan binnen de EU

1. **De Wereldhandelsorganisatie (WTO)**

**Naam:** Wereldhandelsorganisatie (WTO)

**Geboortedatum:** januari 1995

**Geboorteplaats:** Marrakesh (Marokko)

**Woonplaats:** Genève

**Hoofddoelstelling:** het bevorderen van internationale handel

**Lidstaten:** 161 lidstaten

**Taken:** - organiseren van handelsconferenties over een daling van de

handelsbelemmeringen

- tussenkomen in handelsconflicten

- onderhandelingsforum vormen voor lidstaten over internationale handel

|  |  |
| --- | --- |
| **Begrippen** | |
| handelsbelemmeringen | maatregelen die genomen worden om de eigen markt af te schermen door producten uit het buitenland te belasten of hun aantal te beperken |
| handelsconferentie | samenkomst van ministers van diverse landen om afspraken te maken inzake internationale handel |
| invoerquotum | je beperkt het aantal goederen dat een land binnen mag |
| protectionisme | het beschermen van binnenlandse ondernemingen tegen buitenlandse concurrentie |
| strategische sectoren | sectoren die voor een land belangrijk zijn, zoals de landbouw voor voedselvoorziening of de wapenindustrie voor landsverdediging |
| vrijhandel | situatie waarbij de internationale handel tussen landen niet belemmerd wordt, er is dan vrij verkeer van goederen en diensten |
| Wereldhandelsorganisatie (WTO) | organisatie die ijvert voor het verminderen van handelsbelemmeringen tussen lidstaten |