**Economie hoofstuk 4**

4.1 Productie

Productie houdt in dat producten geschikter worden gemaakt voor gebruik. Sommige ondernemers maken een product direct klaar voor gebruik maar sommigen zijn halffabricaten: ze maken een product nog niet af.

Ondernemingen brengen goederen voort en verschaffen werkgelegenheid. Dit is erg goed voor de economie. De productie kan echter ook negatieve effecten hebben, zoals milieuvervuiling. Negatieve externe effecten van de productie. Dit zijn kosten voor de maatschappij buiten de prijs om.

Veel ondernemingen willen duurzaam ondernemen, ook wel maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) genoemd. Dit trekt klanten door een goede reputatie en hierdoor ook nieuw personeel.

Productie komt voor in : Huishouden

Ondernemingen

Overheid

Financiële instellingen

4.2 Transacties

Alle inspanningen en opofferingen die nodig zijn om een transactie goed te laten verlopen zijn transactiekosten. Deze kunnen verlaagd worden door:

1. Het bestaan van een markt

2. Sterkte overheid en eigendomsrechten

3. Het geven van garantie.

4.3 Specialisatie

Door het ontstaan van markten kon specialisatie optreden. Dit houdt in dat een persoon heel goed is in een bepaald vak. Bij arbeidsverdeling wordt de productie van een goed of dienst verdeeld in vele afzonderlijke taken die elk door een ander persoon worden vervuld. Specialisatie kan op 3 manieren plaatsvinden:

1. Externe arbeidsverdeling: dit is specialisatie tussen ondernemingen, de een maakt schoenen en de ander maakt elektronische apparatuur.

2. Interne arbeidsverdeling: Dit is specialisatie binnen een onderneming, de een is directeur, de ander is boekhouder etc.

3. Geografische arbeidsverdeling: Dit is specialisatie tussen landen of regio’s. In Spanje zijn er sinaasappelkwekers en in Nederland bloembollenkwekers.

4.4 Arbeidsproductiviteit

Arbeidsproductiviteit is de productie per arbeider per periode.

Het berekenen van de arbeidsproductiviteit:

Per uur - Totale productie: totaal aantal uren = arbeidsproductiviteit

Per uur in geldswaarde- geldwaarde van de productie: totale werkgelegenheid in uren= arbeidsproductiviteit in geldswaarde.

Als een bedrijf machines aanschaft met het doel om daar mee te produceren en hier winst uit de halen wordt dit investeren genoemd. Let op, investeren en beleggen zijn niet hetzelfde. In de economie wordt alleen investeren gebruikt.

Je kan breedte investeren of diepte investeren. Bij breedte investeren wordt er meer van het zelfde gekocht en bij diepte investeren komt er iets beters dan het oude.

Bij diepte investeringen komt er dus iets wat beter en sneller is dan voorheen, dit kan betekenen dat er meer goederen kunnen worden gemaakt in de zelfde tijd of zelfs met minder werknemers. Soms investeert een bedrijf in een project dat uiteindelijk niet zo veel opbracht als van te voren bedacht. Dit zijn verzonken kosten. Soms moet een project ondanks verzonken kosten toch doorgezet worden. Berekenen loonkosten per eenheid product zie blz 148.

4.5 De bedrijfskolom

De bedrijfskolom is een opeenvolging van de bedrijven die meehelpen aan de totstandkoming van een product of dienst. Elke fase in een bedrijfskolom wordt een bedrijfstak genoemd. Uit de bedrijfskolom kan je de waarde van ondernemingen aan de totale productie aflezen. Tussen elke bedrijfstak wordt de prijs van het product hoger. Dit is de toegevoegde waarde. Deze waarde geeft weer welke bijdrage deze geleding aan de productie is geleverd. De consument voegt geen waarde aan een product toe en is daarom geen onderdeel van de bedrijfskolom. Door diensten van derden, zoals energielevering, neemt de toegevoegde waarde af. De toegevoegde waarde inclusief de afschrijvingen worden samen de bruto toegevoegde waarde. Als je hier de afschrijving vanaf haalt krijg je de netto toegevoegde waarde.

4.6 Veranderingen in de bedrijfskolom

Er kunnen veranderingen plaatsvinden in de bedrijfskolom. Zo zijn er bedrijven die doen aan parallellisatie. Dit is het tegenovergestelde van specialisatie. Door parallellisatie wordt een bedrijf breder en hierdoor de bedrijfskolom smaller.

Twee opeenvolgende geledingen heet integratie. Soms worden er zelfs meer geledingen samengevoegd, als fabrikanten hun eigen producten gaan verkopen zoals bijvoorbeeld Ikea. Het tegenovergestelde van integratie is differentiatie. In dat geval komt er een geleding bij in de bedrijfskolom. Bijvoorbeeld als een spijkerbroekenfabriek besluit niet zijn eigen garen te maken maar deze in te kopen. Dit komt ook veel voor in de auto-industrie.

4.7 Indelingen van ondernemingen (1)

Ondernemingen kunnen op verschillende manieren worden ingedeeld.

1. Naar soort product of dienst

1. Primaire sector: verwerken van grondstoffen direct uit de natuur. Bv landbouw.
2. Secundaire sector: Bouw en Industrie
3. Tertiaire sector: Commerciële dienstverlening. Bv Kapper.
4. Quartaire sector: Niet commerciële dienstverlening.

2. Indeling naar rechtsvorm

1. De eenmanszaak. Eigendom is van 1 persoon. Deze persoon is hoofdelijk aansprakelijk als hij failliet dreigt te gaan en kan zijn privébezit aanspreken om zijn schuld af te lossen.
2. Vennootschap onder Firma (VoF) : Als twee of meer mensen gezamenlijke leiding en eigendom hebben van een onderneming is er sprake van een VoF. Net als bij een eenmanszaak zijn de eigenaren hoofdelijk aansprakelijk.
3. Commanditaire vennootschap (CV) : Een CV kent twee soorten eigenaren; de beherende en de stille vennoten. De beheerde vennoot heeft de leiding en de stille vennoot verschaft vermogen maar is alleen voor dat bedrag aansprakelijk. De beherende vennoot is hoofdelijk aansprakelijk.
4. Besloten vennootschap (BV): Veel mensen vinden hoofdelijke aansprakelijkheid een groot risico. Bij een besloten vennootschap is hier geen sprake van. Bij faillissement kunnen aandeelhouders nooit meer verliezen dan er oorspronkelijk in de onderneming gestoken is. Er is sprake van beperkte aansprakelijkheid. Een BV heeft weinig aandeelhouders en is vaak in handen van een kleine groep eigenaren. De aandelen zijn niet op de beurs verhandelbaar. Wel moet een BV verplicht een jaarverslag te publiceren. De bestuurders hoeven niet de eigenaars te zijn. Hierdoor kan er asymmetrische informatie ontstaan.
5. Naamloze vennootschap (NV): Meestal worden de aandelen van een NV op de beurs verhandeld. Er zijn meestal veel aandeelhouders en het bedrijf wordt bestuurt door een bestuur (CEO). Een aandeelhouder is niet aansprakelijk voor de verliezen of schulden van de NV. Een NV is ook verplicht om een jaarverslag te publiceren.
6. Coöperatieve vereniging (Coöp): Bij een Coöp bestaat het bestuur meestal een groep ondernemers die gezamenlijk eigenaar is van de onderneming. De leiding is in handen van het bestuur van de vereniging, terwijl producenten /verenigingsleden de eigenaren zijn. Ook zij zijn verplicht een jaar verslag te publiceren.

4.8 Indelingen van ondernemingen (2)

Indeling naar eigendom: Veruit de meeste ondernemingen zijn in Nederland particuliere eigendom. Een groot deel hiervan zijn eenmanszaken, het doel van deze ondernemingen in winst maken. Is een onderneming staatseigendom, dan komt de bediening van het publiek op de eerste plaats. Er zijn ook onderneming van de staat die wel winst willen maken, zoals Holland Casino. De winst hiervan vloeit rechts-streeks de staatskas in. Staateigendommen kunnen ook worden geprivatiseerd. Dan worden ze particulier gemaakt en zijn niet langer van de staat.

4.9 Groei, fusie en overname

In een geval van fusie gaan bedrijven samenwerken en worden samen een groter nieuw bedrijf. Bij een overname neemt het ene bedrijf alle aandelen en activiteiten van een ander bedrijf over, dit kan zowel vijandig als met wederzijdse toestemming voorkomen.

Fusies en overnames worden ook wel externe groei genoemd. Wanneer vindt fusie of overname plaats?

1. Goed aansluitende activiteiten
2. Verbreding van activiteiten
3. Inspelen op de vorming van een gemeenschappelijke Europese markt
4. Verlaging van transactiekosten

Volgens de mededelingswet moeten fusies en overnamen eerst worden goedgekeurd door de Nederlandse Mededeling autoriteit (NMa) voordat ze worden uitgevoerd.

Een interne groei houdt in dat de onderneming van binnenuit een grotere productie bereikt. Schaalvoordelen zijn de voordelen van het produceren op grotere schaal. Aan grote productie zijn ook nadelen verbonden. Dit zijn schaalnadelen.

4.10 Concerns

Een concern is een groep ondernemingen bestaande uit een moedermaatschappij en een aantal dochtermaatschappijen. De dochtermaatschappijen of werkmaatschappijen verzorgen de productie en de verkoop van goederen of diensten. Fusies en overnames zijn de belangrijkste oorzaak van concernvorming.

Unilever- Moedermaatschappij

-Van den Bergh Foods

-Iglo-OlaBV Dochtermaatschappijen

- Lever Nederland BV

Sommige concerns werken in meerde landen of continenten. Dit zijn multinationals. Grote Nederlandse multinationals zijn: Unilever, Philips, Shell (samen met engeland) Uit het buitenland: Microsoft, Toyota, General Motors. Hierdoor kan alles veel makkelijker verspreid worden. Dit wordt ook wel globalisering genoemd.

4.11 Informatie- en communicatietechnologie

Door mechanisatie zijn er veel minder medewerkers nodig om een product tot stand te laten komen. De automatisering brengt echter een fundamentele wijziging teweeg tussen mens en machine. Door de ontwikkeling van computers zijn er heel weinig mensen nodig om de machines te besturen. Onder invloed van de informatie en communicatietechnologie (ICT) ontwikkelt de wereldeconomie zich steeds meer tot een netwerkeconomie. Dit is een nieuwe term in de economie. We communiceren door deze zachte infrastructuur veel sneller met elkaar. Internet verbindt ons wereldwijd met elkaar.

Er zijn ook steeds meer bedrijven die een elektronische markplaats oprichten. Dit is een handelsvormgeving op internet in de vorm van een website. Voordelen van een elektronische marktplaats zijn onder meer tijdwinst, ruimte winst, en een besparing van transactiekosten.

4.12 De marketingmix

De marketingmix bestaat uit 4 onderdelen:

1. Het productbeleid

Dit bevat de keuze van de soorten producten en het aantal dat de onderneming maakt en de eigenschappen van de producten. Door het toepassen van productdifferentiatie komt een ondernemingen de wensen toe van verschillende doelgroepen. Door product-differentiatie gaat de prijsconcurrentie een minder grote rol spelen.

2. Het distributiebeleid of plaatsbeleid

Het distributiebeleid houdt zich bezig met de wijze waarop men de goederen verkoopt. Bijvoorbeeld: groothandel, detailhandel, fabriekswinkels of internetwinkels.

3. Het reclamebeleid of promotiebeleid

Het doel van reclame is bekendheid geven aan een bepaald product. Reclame is er op gericht om de verkeur van de consumenten te beïnvloeden. Ook is het een gunstige manier om toch het geld goed te besteden.