Maastricht University

Nieuwe economie, nieuwe theorie?

Citation for published version (APA):

Soete, L. L. G., & Weehuizen, R. M. (2001). Nieuwe economie, nieuwe theorie? *Tijdschrift voor Wetenschap, Technologie en Samenleving*, *9*(2), 49-53.

Document status and date:
Published: 01/01/2001

Document Version:
Publisher's PDF, also known as Version of record

Please check the document version of this publication:

• A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
• The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
• The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

Link to publication

General rights
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

• Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
• You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
• You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the “Taverne” license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.umlib.nl/taverne-license

Take down policy
If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

repository@maastrichtuniversity.nl

providing details and we will investigate your claim.

Download date: 18 Apr. 2024

Nieuwe economie, nieuwe theorie?

"Common sense is the collection of prejudices acquired at 18".
- Albert Einstein -

Luc Soete en Rifka Weehuizen

Het woord 'economie' wordt in het Nederlands gebruikt voor zowel de economie zelf (*economy*), als voor de economische wetenschap die deze werkelijkheid probeert te 'vangen' en inzichtelijk te maken met behulp van haar theorieën en modellen (*economics*). Dit suggereert een verband tussen veranderingen in de economische realiteit en veranderingen in de economische wetenschap.
De economische wetenschap in haar huidige vorm is grotendeels ontwikkeld ten tijde van een industriële, materieelgeoriënteerde massaproductie economie – tegenwoordig benoemd als 'oude economie'. De term nieuwe economie – hoe slecht gedefinieerd dit begrip ook is – is ontstaan in contrast hiermee en is dus anders, zoveel is duidelijk.
Een aantal veranderingen in economische processen en patronen zijn van dien aard dat ze niet meer binnen bestaande (*mainstream*) economische referentiekaders begrepen kunnen worden. Het debat over de beperkingen van de neoklassieke economie – die reductionistisch zou zijn en de werkelijkheid eerder zou vervormen dan representeren – wordt al lange tijd gevoerd. In dit artikel wordt verder niet ingegaan op de vele punten van fundamentele kritiek op de neoklassieke economie. Het uitgangspunt is eerder praktisch. De (echte) economie is veranderd; niet plotseling, maar wel fundamenteel. En de mainstream economische wetenschap in haar huidige vorm is weliswaar gedeeltelijk mee veranderd, maar lijkt tegen haar grenzen aan te lopen. Zij verliest aan beschrijvende en verklarende waarde, alle inventieve aanpassingen en aanvullingen van economen als Gary Becker ten spijt. Ook economisch gezien zou een dergelijk verlies aan waarde tot uitdrukking moeten komen in een correctie van het marktaandeel van de (neoklassieke) economie. Vooralsnog komt het echter vooral tot uitdrukking in het oprekken van de conceptuele kaders, wat niet altijd even elegante resultaten oplevert.
Vraagt de nieuwe economie ook om nieuwe economie? Een paar aanzetten voor verdere gedachtenvorming.[1]

Luc Soete is hoogleraar Internationale Economie aan de Universiteit Maastricht, en directeur van MERIT en van het International Institute of Infonomics. Rifka Weehuizen is onderzoeker bij het International Institute of Infonomics.

Wat is nieuw in de nieuwe economie?

De 'nieuwe economie' heeft vele namen en gezichten: het is een dienstenconomie, een kenniseconomie, een netwerkeconomie, maar ook een 'attention economy', een 'entertainment economy' en een 'experience economy', zoals populaire literatuur laat zien. De nieuwe economie is veel meer dan alleen dotcom en Nasdaq.
Economisch gezien ligt de wezenlijke verandering van de nieuwe economie in de 'immaterialisering' van economische waarde. De economische waardedragers van de toekomst zijn informatie, communicatie, kennis, tijd, zorg, aandacht, identiteit, zingeving – maar ook 'fun', en 'kicks': het is in toenemende mate allemaal te koop. De waarde van een Pokemon-kaartje heeft vrijwel niets te maken met de kostprijs van papier, opdruk en coating, en het thema van de Nederlandse bioscoopfilm 'Rent-a-friend' uit 1999[2] was realistischer dan mensen wellicht zouden willen.
De kern van de economie wordt gevormd door het economisch exploiteren van 'intangibles' zoals informatieprodukten en kennis, en 'symbolische goederen' zoals gevoel en identiteit (bijvoorbeeld via merknamen). De nieuwe economie toont zich bijvoorbeeld in het te gelde maken van idealen via de markt

door bijvoorbeeld het (ver)kopen van eco-voedsel of Shell Pura, en ook in de grote industrie van psychologische producten variërend van een cursus persoonlijke effectiviteit en dure cosmetica tot 'rebirthing' en 'paardenfluisteren'. Softe waren, maar harde guldens (euro's).

het thema van de Nederlandse bioscoopfilm 'Rent-a-friend' uit 1999 was realistischer dan mensen wellicht zouden willen

Immaterieel?

Het is belangrijk er op te wijzen dat (natuurlijk) *niet* gesteld wordt dat de materiële productie afneemt of van minder belang wordt. Het gaat om een relatieve verschuiving, niet om een absolute. Ook de landbouwproductie is immers niet afgenomen bij de overgaan van de agrarische naar de industriële economie. Maar wel wordt gesteld dat ook bij materiële productie de economische waarde steeds meer in het immateriële gedeelte van de productie zit: in de kennis, ideeën en idealen van mensen en bedrijven, vastgelegd in producten en productieprocessen, via octrooien, patenten, copyrights, merken en keurmerken, en ook in mensen, netwerken, reputaties, (bedrijfs)culturen.
Voor een deel is dit een (toegenomen) (h)erkenning van iets wat we al wisten en eigenlijk voor de hand ligt, en wat nu vooral meer *zichtbaar* wordt door verdergaande monetarisering (het expliciteren van waarde van bijvoorbeeld. kennis of goodwill in termen van geld). Voor een deel ook is het echter een belangrijke 'echte' verschuiving, veroorzaakt door veranderingen in wat mensen doen[iii] en hoe, waar ze hun geld mee verdienen en aan uitgeven. Technologische ontwikkeling heeft de materiële component van economische processen grotendeels overgenomen en veel materiele comparatieve concurrentievoordelen 'geëgaliseerd'. De economische waarde verschuift van het materiële naar het 'immateriële'.
Het scheiden van beiden is in de praktijk meestal onmogelijk, maar analytisch wel zinvol omdat de economische dynamiek van immateriële zaken anders is. Men zou kunnen stellen dat waarde vrijwel altijd immaterieel is, in die zin dat waarde (ook van materiele produkten) altijd een sociaal-psychologische constructie is. Alleen voor bepaalde biologische 'needs' zou dat wellicht niet gelden; maar onze economie is al zeer lange tijd een economie van 'wants'. Economische processen die in de economische wetenschap ter analyse voorlagen hadden vooral te maken met de materiële 'satisfiers' voor zowel onze materiële als immateriële behoeften en wensen (een grote auto om kleine ego's op te krikken, etc.). Een belangrijk deel van onze (geconstrueerde) sociale en psychologische 'needs' en 'wants' zijn echter lange tijd grotendeels buiten het formele economische, gemonetariseerde domein gebleven. Maar 'de economie' breidt zich uit[iv], als logische consequentie van verdere arbeidsdeling en specialisatie, en van de zo vaak genoemde individualisering en liberalisering.
Met immaterieel wordt hier bedoeld: niet tastbaar, niet aanraakbaar, niet fysiek. Dat materiële zaken immateriële waarde krijgen toegedicht en dat immateriële zaken economische waarde hebben is dus niet nieuw. Wel nieuw is dat de gerichte exploitatie van immateriële zaken de *kern* van de (westerse) economie is gaan vormen. En dat stelt een aantal uitdagingen de economie als wetenschap.

Exclusiviteit en rivaliteit

Economische theorievorming en intuïtieve noties over de economie berusten sterk op materiële kenmerken, zoals exclusiviteit, rivaliteit, en transparantie. Immateriële goederen hebben echter wezenlijk andere eigenschappen dan materiële, en hebben dienovereenkomstig een andere economische dynamiek tot gevolg. Natuurlijke grondstoffen zijn in beperkte mate beschikbaar en kunnen 'opraken'; voor immateriële goederen is dat niet het geval, er zijn eindeloze mogelijkheden. Het economische vraagstuk is dan niet keuze maar selectie.
Immateriële goederen zijn niet exclusief en non-rivaal: als iemand informatie verkoopt aan een ander hebben beiden het, de verkoper kan dezelfde informatie aan een andere koper verkopen zonder dat het daarmee in waarde achteruit gaat. Soms stijgt de waarde dan juist, als gevolg van netwerk-externaliteiten: de waarde van een fax neemt niet af maar toe als meer mensen een fax hebben. Soms ligt de waarde zelfs juist direct in het delen van het goed: zoals bij het luisteren naar dezelfde muziek, het gebruiken van dezelfde, compatibele software besturingssysteem, het zien van dezelfde film, en het vergelijken van elkaars Pokemon-kaartjes.

Bovendien zijn immateriële goederen vaak niet transparant. Er is dan sprake van vergaande informatieasymmetrie: het goed is bij de verkoper bekend maar bij de koper niet, soms heel letterlijk zoals bij informatie en kennis. Het rendement van investeringen is vooraf onduidelijk en achteraf ook, want nadien zijn de baten moeilijk te meten en te herleiden naar de kosten. Bij veel immateriële producten is er geen sprake van 'waardevaststelling vooraf', maar 'waardecreatie tijdens'. Voor diensten geldt dat zeker: de echte waarde van een dienst ontstaat in interactie met de klant, en van tevoren is slechts sprake van een indicatie van de waarde bijvoorbeeld via het mechanisme van reputatie (McKinsey, Disney, etc.).

Contextspecificiteit, subjectiviteit

Kennis is een goed voorbeeld. Kennis is belangrijk voor de economie, daar is iedereen het nu wel over eens, en meer dan kennis nog is leervermogen van belang. Maar de economische wetenschap heeft het moeilijk met het verwerken van deze vanzelfsprekendheden. Onder meer Nooteboom (2000) en Dolfsma (2000) wijzen op het ontbreken van adequate theorievorming over kennis en leren in de economie. De impliciete theorie over kennis in de economie is dat mensen toegang hebben tot dezelfde objectieve kennis. Dat kost wellicht tijd en geld, maar als je de kennis eenmaal hebt dan is die objectief en voor iedereen gelijk. Leren is dan gelijk aan het verkrijgen van informatie. Maar dat is natuurlijk niet waar. Bij kennis gaat het om perceptie en selectie (van wat relevant is en wat niet), om interpretatie en evaluatie en uiteindelijk: om toepassing.
Behalve expliciete, formele kennis is van groot belang de zogenaamde 'tacit knowledge', de 'onzichtbare', niet-expliciete, niet codificeerbare, 'onbewuste' kennis die in toenemende mate als cruciaal voor het succes van ondernemingen wordt gezien. "We weten meer dan we weten", stelde Polanyi, die het begrip 'tacit knowledge' introduceerde (1966).
"I did it my way...", dat is misschien wel de kern van het verhaal van taciete kennis. Deze kennis zit in mensen, in hun vaardigheden, gewoontes, reflexen, intuïtie, maar ook in de cultuur van een organisatie, of nog algemener: de 'gang van zaken'. Kennis is een dynamisch, samenhangend geheel van verbanden, sterk object-, persoons- en contextafhankelijk. Ook voor expliciete kennis (al dan niet belichaamd in technologie) geldt dit, de 'proof is in the pudding' niet in het (expliciete) recept. Door bij kennis te denken in termen van interpretatie, leren, context en interactie, kan innovatie gezien worden in termen van samenwerking, ervaring, communicatie, leren, leren afleren. Met octrooien en patenten vang je dit niet.

Reproduceerbaarheid

Sinds Ricardo en Marshall concentreert de economie zich op reproduceerbare goederen (Heertje, 1999). Niet-reproduceerbare goederen (natuurgebieden, historische, unieke cultuurgoederen; etc.) worden ondergeschikt gemaakt aan reproduceerbare waardebepaling. Markten voor niet-reproduceerbare goederen zijn geen echte markten, het inwisselen van een stuk natuur (regenwoud, fossiele grondstoffen) voor een stuk productie (industrieterrein, brandstof) is geen 'faire' economische transactie, omdat het (grotendeels) irreversibel is.
Aan de andere kant van het spectrum is de afgelopen eeuw in onze economie echter juist de reproduceerbaarheid van goederen en diensten sterk toegenomen, met als welhaast archetypische vorm de informatie-produkten in de vorm van bits en bytes (en alle produkten en processen bestaan in zekere zin uit meer of minder codificeerbare informatie). Daar waar niet-reproduceerbare goederen beschouwd kunnen worden als de ultieme vorm van schaarse goederen (men denke aan de Nachtwacht van Rembrandt) vormen de reproduceerbare immateriële goederen in zekere zin de ultieme vorm van overvloed. Dit betekent geenszins het einde van de schaarste. De schaarste verschuift, en de economische waarde verschuift mee. Bij toegenomen reproduceerbaarheid worden bijvoorbeeld contextspecificiteit en authenticiteit belangrijker. Bijvoorbeeld we willen niet een perfecte kopie van de Nachtwacht maar de Nachtwacht zelf, en we willen geen massageproduceerde broodjes maar gaan naar de ambachtelijke bakker. Ook de waarde van perfect reproduceerbare goederen wordt zo sterk (inter)subjectief. En de discussie over 'tacit knowledge' laat zien dat de economische waarde van kennis reeds

Bij veel immateriële producten is er geen sprake van 'waardevaststelling vooraf', maar 'waardecreatie tijdens'

opschuift naar het niet-codificeerbare gedeelte ervan.

Transparantie en marktwerking
ICT zou markten transparanter maken zodat deze beter kunnen functioneren. Perfecte en volledige informatie is de droom van iedere neoklassieke econoom, maar in de praktijk verschuift het probleem, namelijk naar het zoeken, selecteren, verifiëren, interpreteren etc. van informatie. Tegenover de toegenomen transparantie van markten staat de toegenomen complexiteit en volatiliteit: wat vandaag waar is kan morgen al weer anders zijn. Bovendien is juist bij immateriële goederen zoals kennis de vraag aan de orde van de intrinsieke optimaliteit van marktwerking. De natuurlijke kostprijs en verkoopprijs staan bij immateriële goederen veel minder direct met elkaar in verband dan bij materiële goederen. De prijs is grotendeels een functie van tijdsgebonden, contextspecifieke, (inter)subjectieve vraag ('wat de gek er voor geeft') en niet van de daadwerkelijk gemaakte productiekosten. In de klassieke marktsituatie zal de prijs mits voldoende toegang uiteindelijk gelijk zijn aan de marginale kosten en afschrijvingen, plus een klein percentage winst als prikkel voor ondernemen. Bij perfect reproduceerbare informatieproducten (bijvoorbeeld software) maakt het echter voor de productiekosten weinig verschil of het product aan honderd of aan een miljoen afnemers wordt verkocht. De initiële kosten zijn soms zeer hoog, maar de kosten van duplicatie minimaal (een filmtape, een cd-rom, een website). De risico's in de nieuwe economie zijn groter, winst en verlies liggen in een veel grotere bandbreedte rond de kostprijs. De verkoopprijs staat dan vaak nog wel enigszins in verband met de marketingkosten, en er wordt dan ook veel meer uitgegeven aan marketing dan aan R&D.
Het economische denken heeft als uitgangspunt dat – gegeven bepaalde randvoorwaarden – de markt in het algemeen de meest efficiënte verdeling van middelen tot stand zal kunnen brengen. Vandaar een juridisch systeem waarin de toe-eigenbaarheid van immateriële goederen wordt vastgelegd in eigendoms- en gebruiksrechten (patenten, octrooien, copyrights, merknamen, keurmerken), om zodoende een markt te kunnen laten ontstaan. Winst en verlies zijn dan echter gekoppeld aan het juridisch vastgelegde eigendomsrecht, niet aan een kostprijs. Schaarste moet kunstmatig gecreëerd worden zodat immateriële goederen als economische waardedragers kunnen gaan functioneren. Een interessante vraag is of en in hoeverre er in die gevallen wel sprake is van de 'intrinsieke optimaliteit' van marktwerking (en dan niet een zichzelf definiërend, tautologisch optimum).

ICT zou markten transparanter maken zodat deze beter kunnen functioneren

Stijgende meeropbrengsten

De nieuwe economie wordt gedragen door exploitatie van typisch 'menselijke' zaken, en de karakteristieken daarvan vormen de basis van een nieuw soort economische dynamiek. Deze nieuwe economie wordt gekenmerkt door volatiliteit, onzekerheid en ambiguïteit, en vereist continue communicatie binnen organisaties, tussen organisaties en met klanten, stakeholders, overheden. Mensen staan centraal, zo blijkt in alle recente management- en organisatieliteratuur, en ook in economische literatuur is men druk bezig met 'human capital'. De uitgaven aan opleidingen en training voor werknemers zijn sterk toegenomen. In de nieuwe economie is arbeid eerst en vooral een vorm van interactie en communicatie, in feite van samenwerking tussen aanbieder en klant. Ook al wordt het uiteindelijke doel soms niet gehaald (bijvoorbeeld de gezondheid van een patiënt), dan nog wordt gesproken van 'resultaten'; deze zijn nauwelijks te onderscheiden van het proces waarin de relatie tussen de partijen vorm heeft gekregen. Het product *is* het proces. Zowel aanbieder als klant doen in dit proces ervaring op en vergroten hun kennis en vaardigheden. Zelfs conflicten zijn een vorm van communicatie. Onder meer Korver (2000) wijst er op dat in de nieuwe economie sociale, cognitieve en communicatieve vaardigheden van cruciaal belang zijn voor het genereren van (proces)waarde, en dat deze vaardigheden niet slijten bij niet-gebruik, maar juist toenemen. En arbeid wordt in toenemende mate gezien als een 'nut' in zichzelf.

Nieuwe economie?

In dit artikel zijn een aantal elementen naar voren gebracht die van belang zijn voor meer inzicht in de nieuwe economie, en die consequenties hebben voor

het economisch denken. Meer dan een aanzet voor discussie kan het niet zijn. De hoofdlijn is de verschuiving van materiële naar immateriële zaken als dragers van economische waarde. Niet als iets nieuws, maar als een belangrijke accentverschuiving die dat wat aan de randen van de economie als wetenschap lag, nu naar het centrum ervan brengt. De economisering van het sociale en psychologische gaat gepaard met een socialisering en psychologisering van de economie, zowel de economische werkelijkheid als de economische wetenschap. Om de economie van de 21e eeuw te begrijpen, zijn de kennis en inzichten uit andere disciplines onontbeerlijk, en er is dan ook toenemende aandacht in die richting.

"Geen probleem, we lossen dat op met preferenties", zal de moderne *mainstream* econoom wellicht zeggen. Maar net zoals in de jaren tachtig het inzicht doorbrak dat het nodig was om de 'black box' van technologische ontwikkeling te openen, dat om de economie echt te begrijpen technologie als een endogene variabele moest worden (h)erkend, zo geldt wellicht hetzelfde voor de black box van preferenties. Het ontstaan en veranderen van preferenties is lange tijd simpelweg in termen van schaarste en prijzen verklaard, en voor het overige aan andere wetenschappen uitbesteed zoals de sociologie en de psychologie. In de nieuwe economie echter zal de economische wetenschap zich dienen te verdiepen in de moeilijk grijpbare wereld van immateriële goederen (maar dan wel vanuit een economisch perspectief). Dit gebeurt al binnen de economie in bestaande en nieuwe stromingen als de (nieuwe en oude) institutionele economie en in de (procesgerichte) evolutionaire economie; en het komt bijvoorbeeld tot uiting in begrippen als 'human capital', 'social capital', 'cultural capital', 'path dependency'. Maar het gebeurt vooralsnog vanuit een defensieve positie (tegen de neo-klassieke economie) en met omgekeerde bewijslast – en dat lijkt onterecht en ongepast.

Ter afsluiting: economisering

Er is natuurlijk het welhaast morele probleem van 'economisering'; het economisch beschrijven van processen die juist *niet* in de economische sfeer lijken te liggen of zouden mogen liggen, wekt vaak weerstand. En zelfs vanuit een economische optiek is dat niet onterecht: het expliciteren van immateriële waarde in bijvoorbeeld financiële termen betekent in een aantal gevallen juist waardeverlies, zoals onder meer blijkt uit sociaal-psychologisch onderzoek (Csikszentmihalyi 1991). In een serie van tests moesten vergelijkbare mensen puzzels oplossen in een bepaalde tijd, één groep tegen betaling, de andere niet. De mensen die *niet* betaald kregen vonden het leuker, deden het beter en gingen nog na de afgesproken tijd er mee door. Desondanks, een economisch perspectief nemen op zaken die traditioneel buiten de economie lagen kan niet alleen verhelderend werken, maar is ook steeds meer een noodzaak. De economie is een zeer dominant perspectief geworden in de huidige samenleving. Als de economische wetenschap niet op de juiste manier aandacht krijgt voor de meer 'softe' onderwerpen dan blijven die buiten beeld of op z'n minst onderbelicht in zowel de wetenschappelijke als de beleidsmatige discussie. De kwaliteit van beleidskeuzen (zowel bij overheid als bedrijfsleven) hangt voor een deel af van de kwaliteit van de wetenschap die wordt gebruikt ter onderbouwing ervan: de economie. Die moet dan ook zeer zorgvuldig zijn in de manier waarop zij de werkelijkheid reduceert.

Mensen staan centraal, zo blijkt in alle recente management- en organisatieliteratuur

Referenties

Csikszentmihalyi, M. (1991) *Flow : The Psychology of Optimal Experience.*

Heertje, A. (1999) Afscheidsrede

R.M. Weehuizen (ed.) (2000) *Toekomst@werk.nl*, STT (met onder meer essays van W. Dolfsma, T. Korver, B. Nooteboom, L. Soete).

Polanyi, M. (1966), *The tacit dimension*, London: Routledge & Kegan.

Noten

1. In dit artikel staat een veelheid aan noties die referenties behoeven, maar wegens ruimtegebrek zijn weggelaten. Een uitgebreider discussiestuk met referenties komt binnenkort op www.infonomics.nl te staan.
2. In deze film start een jongeman een succesvol bedrijf waarin hij zichzelf verhuurt als 'professionele vriend'.
3. Steeds meer woorden in plaats van daden.
4. Zie ook het artikel van Van Beek in dit nummer.