

Product variety and economic growth : the counteracting effects of scale and idiosyncrasy

Citation for published version (APA):

Straathof, S. M. (2005). *Product variety and economic growth : the counteracting effects of scale and idiosyncrasy*. [Doctoral Thesis, Maastricht University]. Datawyse / Universitaire Pers Maastricht. <https://doi.org/10.26481/dis.20050429ss>

Document status and date:

Published: 01/01/2005

DOI:

[10.26481/dis.20050429ss](https://doi.org/10.26481/dis.20050429ss)

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.

Samenvatting

PRODUCTVARIËTEIT EN ECONOMISCHE GROEI

De tegengestelde effecten van schaal en eigenaardigheid

Onder economische groei wordt gewoonlijk groei in de hoeveelheid geproduceerde goederen verstaan. Dit proefschrift behandelt een ander aspect van economische groei, namelijk groei in de variëteit van consumentenproducten. Voor deze benadering is gekozen omdat het beter is om van verschillende producten voldoende te hebben, dan om van slechts één product heel veel.

Dit proefschrift levert een theoretische fundering en empirisch bewijs voor twee proposities. De eerste propositie stelt dat bevolkingsgroei, economische integratie en een hoger opleidingsniveau hebben bijgedragen aan een grotere productvariëteit in de landen van de OESO (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling). Deze propositie is gebaseerd op het idee dat het uitvinden van een product alleen winstgevend is als de potentiële markt voor dat product groot genoeg is. De grootte van de potentiële markt hangt af van het aantal potentiële klanten en hun koopkracht. Het aantal klanten kan toenemen door bevolkingsgroei en door het verkrijgen van toegang tot andere economieën (economische integratie). De koopkracht hangt in belangrijke mate af van het scholingsniveau. Zonder bevolkingsgroei, economische integratie of meer scholing is er geen groei van (potentiële) markten mogelijk en verdwijnt de beloning voor het uitvinden van een nieuw product.

De tweede propositie stelt dat het bestaan van verschillen in de prestaties van bedrijfstakken een negatief effect heeft op de effectieve variëteit aan producten in OESO-landen. Deze propositie is gebaseerd op een mechanisme van variatie en selectie. Verschillende producten evolueren op verschillende manieren. Eén oorzaak hiervan is kostenbesparing. Van sommige producten zijn de kosten sterk afgenomen (denk aan vliegreizen, van andere niet (briefpost). Een andere oorzaak is kwaliteitsverbetering. Van sommige producten komt regelmatig een verbeterde variant op de markt (computers), maar van andere niet (suiker).

Dit soort type-specifieke ontwikkelingen zorgen er voor dat consumenten een groot deel van hun inkomen besteden aan een beperkt aantal producten. Men geeft veel uit aan producten waarvan de prijs en kwaliteit gunstig zijn, waardoor er minder besteed kan worden aan minder innovatieve producten. Het bestaan van verschillen in de prestaties van bedrijfstakken leidt er dus toe dat consumenten verschillende gewichten toekennen aan verschillende producten. Dit heeft een

negatieve invloed op de effectieve variëteit aan producten omdat een aantal producten niet als belangrijk worden ervaren.

Deze twee proposities suggereren een paradox: volgens de eerste propositie neemt productvariëteit toe, volgens de tweede propositie neemt productvariëteit af. In het empirisch deel van het proefschrift wordt aangetoond dat beide effecten duidelijk aanwezig zijn in de OESO, maar dat het positieve effect van de eerste propositie overheerst.

Naast theoretische en empirische resultaten op het gebied van economische groei, bevat dit proefschrift ook nieuwe formules voor het meten van inflatie en productiviteitsgroei.