



M. T. G. MEULENBERG

M.T.G. Meulenberg (1931).

- 1957 Landbouwkundig  
ingenieur,  
'58/'59 Studie aan de University  
of Californië (Berkeley),  
1969 Hoogleraar Markkunde  
en Marktonderzoek aan  
de Landbouwniversi-  
teit.

Overige functies:

- Kroonlid van de Sociaal  
Economische Raad,
- Lid Commissie Economische  
Mededinging,
- Commissaris van de Verenigde  
Bloemenveilingen Aalsmeer,
- Voorzitter van de groepering  
Agrimarketing van het NIMA

---

## ETHISCHE ASPECTEN VAN ECONOMISCHE VRAAGSTUKKEN

*in landbouw en agribusiness*

**Economie en ethiek raken elkaar ook in landbouw en agribusiness bij economische beslissingen en economisch beleid.**

**E**r bestaat thans grote aandacht voor de ethische aspecten van economische vraagstukken in de landbouw. Beleidsmakers worden regelmatig geconfronteerd met de ethische aspecten van inkomensvorming, werkgelegenheid en inkomensbesteding in landbouw en agribusiness.

Productie-overschotten, afnemende overheidssteun en milieuproblematiek vereisen immers thans pijnlijke beleidsaanpassingen. Niet alleen de beslissers maar ook degenen die bij de voorbereiding van het economisch beleid ten aanzien van landbouw en agribusiness betrokken zijn, worden op gezette tijden geconfronteerd met de ethische aspecten van dat beleid.

Ethiek, als de vraag hoe mensen in het algemeen dienen te handelen, is bij economische vraagstukken niet alleen een vraag naar doelmatigheid en doeltreffendheid. Evenzeer zijn levensbeschouwing en maatschappijvisie van invloed op de individuele opvattingen over de maatschappelijk wenselijke organisatie van het economisch leven, die wel wordt aangeduid als de economische orde. Wij willen deze beschouwing niet concentreren op de vraag naar de meest wenselijke economische orde, maar vooral ingaan op de wijze waarop ethische overwegingen bij landbouweconomische vragen aan de orde komen. Het is immers voor landbouweconomen van belang om zich bewust te zijn van de ethische aspecten ten aanzien van landbouweconomische vragen. Hoe zij in hun da-

gelijkse praktijk met dergelijke vraagstukken omgaan, wordt in belangrijke mate door persoonlijke levensbeschouwing en maatschappijvisie ingekleurd.

In deze bijdrage wordt eerst ingegaan op ethische aspecten van economische beslissingen en economisch beleid in het algemeen. Daarna wordt deze vraagstelling ver-  
bijzonderd naar landbouw en agribusiness.

### *Ethische aspecten van economische vraagstukken*

Maatschappelijk wenselijke oplossingen van economische vraagstukken worden beïnvloed door de macro-economische doelstelling van de overheid, door de economische orde waarbinnen beslissingen worden genomen, door de behoeften en wensen van consumenten en door het gedrag van concurrenten. Deze elementen vormen de bakens voor het economisch beleid, zowel ten aanzien van bepaalde sectoren van de economie als van individuele ondernemingen. Zij beïnvloeden ook de ethische aspecten van dit beleid.

#### **Doelstellingen van het macro-economisch beleid**

De betekenis van de economische doelstellingen van het overheidsbeleid, 'optimale economische groei, zo groot mogelijke werkgelegenheid, stabiele prijsontwikkeling, redelijke inkomensverdeling, betalingsbalansevenwicht en instandhouding/verbetering van het milieu', evolueert met het belang van bepaalde maatschappelijke vraagstukken en met de politieke visie van de overheid. Zo is de milieudoelstelling van de overheid in het afgelopen decennium sterk op de voorgrond getreden. Dit spoort met de veranderde opvattingen in de samenleving over het wenselijk milieuvriendelijk gedrag van consument en onderneming, zoals ten aanzien van afvalverwijdering. De noodzaak om de onaanvaardbaar hoge werkloosheid te bestrijden leidt tot wijzigingen in het overheidsbeleid ten aanzien van de sociale zekerheid. In de economische theorie zijn naast de neo-klas-

*"The worst crime against working people is a company which fails to operate at a profit."*

*Samuel Gompers (1908)*

*(in: Rotschild, 1992)*

sieke doelstellingen van nuts- en winstmaximalisatie meer realistische doelstellingen van consument/producent ontwikkeld, die ook beter bij nieuwe maatschappelijke instellingen van consument/producent aansluiten. Zo wordt in de hypothese van de consument als 'satisficer' verondersteld, dat de consument een

behoeftebevrediging nastreeft, die 'goed genoeg' is, maar niet maximaal hoeft te zijn. Wat de individuele consument 'goed genoeg' acht, zal thans mede bepaald worden door opvattingen over de duurzaamheid van de samenleving. De boodschap van 'de economie van het genoeg' past beter bij de benadering van de consument als 'satisficer' dan bij die van de consument als 'maximizer'.

Consumentenbeslissingen worden niet alleen beïnvloed door het genot, dat men aan een produkt ontleent, maar ook door het in acht nemen van bepaalde maatschappelijke waarden en normen in relatie tot de consumptie van het betreffende produkt. Actuele voorbeelden zijn het rekening houden met producenten in ontwikkelingslanden en met de diervriendelijkheid van produktiemethoden. Morele waarden spelen volgens sommige auteurs een grote rol in het consumentengedrag: "We hold that a main source of valuation other than pleasure is morality, rather than, say, aesthetic values or a desire for novelty (Etzioni, 1988, p. 41). In het zogenaamde middelen-doel model uit de marketing wordt de consumentenbeleving van produkten gerelateerd aan het waardensysteem van de consument.

De standpunten over aanvaardbare inkomensverschillen in de samenleving variëren tussen extreme opvattingen: enerzijds de opvatting dat hoge inkomens niet billijk zijn omdat zij het gevolg zijn van een erfenis uit het verleden en van geluk, respectievelijk dat armoede voortvloeit uit discriminatie en uit gebrek aan mogelijkheden; en anderzijds de opvatting dat mensen verdienen wat zij waard zijn en dat ingrijpen in de inkomensverdeling, zoals die via de markt tot stand komt, tot ondoelmatigheid leidt (Samuelson, Nordhaus, 1992, p. 216). Een theoretisch uitgangspunt voor een wenselijke inkomensverdeling is onder meer Rawls 'Maximum justice' principe. Volgens dit

[71]