

Economische geografie III
*Economische evolutie
van steden en regio's**

de Behaviourale benadering
in de Economische Geografie

P.H.Pellenbarg
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Rijksuniversiteit Groningen
Sept 2004

*bacheloropleiding SG&P Utrecht, onderdeel GEO3-3206

Behaviourale Economische Geografie
dat gaat over:

“Twiefel”

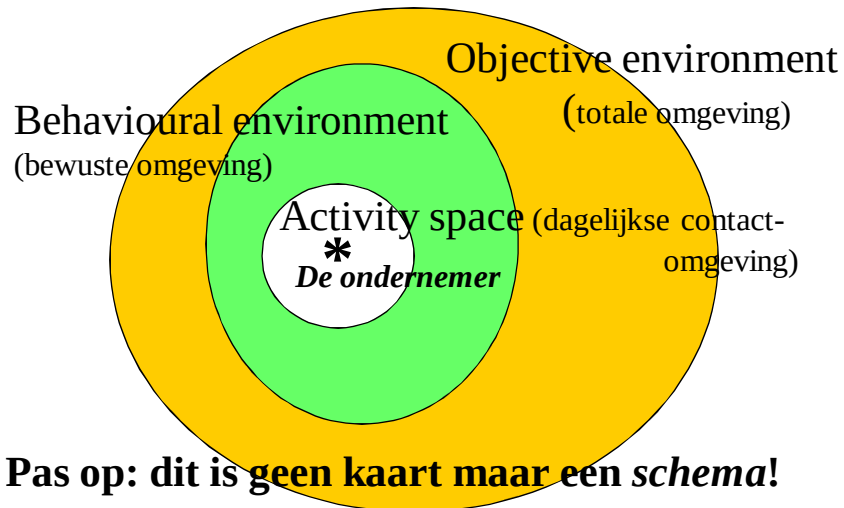


*Gezongen door
Bennie Jolink*

*doe'k 't nou wel
doe'k 't nou niet
of krieg ik spiet?*

→ **Beslissen onder onzekerheid**

Onzekerheid is het gevolg van onmacht bij de ondernemer om alle relevante feiten uit de totale omgeving te kennen



Wie is de ondernemer?

Een "*Homo Economicus*" ?

- ⌘ Volgens de klassieke vestigingsplaats-theorie (Christaller, von Thünen, Weber etcetera) is de ondernemer een "**homo economicus**" d.w.z. hij/zij:
 - > WEET ALLES (we noemen dit ook
 - > KAN ALLES wel "**omnipotent**")
 - > gaat met kennis 100% RATIONEEL om

⌘ ondernemers *twijfelen* nooit

⌘ ondernemers zijn "*optimizers*"

Klassieke vestigings- plaatstheorie: onhoudbaar

- ⌘ De klassieke vestigingsplaatstheorie is een *normatieve* theorie, die aangeeft hoe de locatiekeuze *zou moeten* verlopen, dat is a.h.w. de *norm* waaraan de werkelijkheid wordt getoetst
- ⌘ Maar: dit is *onhoudbaar* als volledige *verklaring van de **werkelijkheid***, waarin de gemaakte assumpties over weten en kunnen niet gelden!
- ⌘ Begripsvernieuwing door H. Simon:
 - ***bounded rationality***
 - ***satisficing behaviour***

Begripsvernieuwing door H. Simon (1957, *Models of Man*)

- ⌘ De mens heeft maar een beperkte (geselecteerde) hoeveelheid informatie tot zijn beschikking → hij kan onmogelijk voor 100% rationeel beslissen. Simon noemde dit “***bounded rationality***”
- ⌘ Consequentie hiervan: “optimizing behaviour” is eigenlijk onmogelijk, ook bij locatiekeuzes!
- ⌘ Simon: in plaats van optimizing behaviour zien we in de werkelijkheid “***satisficing behaviour***” : de ondernemer kiest geen optimale maar een ***bevredigende*** vestigingsplaats

“satisficing behaviour”

kan vlgs *Harvey** drie verschillende dingen betekenen:

- ⌘ 1) optimalisatie o.b.v. **economische èn niet-economische** criteria
- ⌘ 2) optimalisatie o.b.v. **enkele geselecteerde** criteria
- ⌘ 3) **helemaal niet** streven naar optimalisatie

*Harvey 1969 (Explanation in Geography)

“niet-economisch” gedrag

kan vlgs *Enxing** drie verschillende dingen betekenen

- ⌘ 1) Het individu **streeft** wel naar een optimale oplossing, **maar vindt die niet** door gebrek aan informatie, te weinig ervaring enz.
- ⌘ 2) Het individu wordt in zijn economisch gedrag **afgeleid** door **persoonlijke vooroordelen**, angsten, wens tot risicovermijding, gewoonten enz.
- ⌘ 3) Het individu hanteert **bewust expliciete niet-economische doelstellingen** en accepteert dat het beslissingresultaat sub-optimaal is

*Enxing 2000 (diss)

Kritiek van Höllhuber op het idee van de “satisficer”

- ⌘ De “satisficer” is NIET volledig geïnformeerd
- ⌘ Hij heeft NIET alleen economische motieven
- ⌘ Hij handelt NIET volledig rationeel

→ *dit concept is eigenlijk geheel*
NEGATIEF GEDEFINIEERD!

- ⌘ Wat is de satisficer eigenlijk **WEL** ???

**A. Höllhuber (1977) Modelle der wirtschaftenden Menschen in der Geographie*

Alternatieve visies op (keuze)gedrag: Lindblom's ‘*incrementalisme*’

- ⌘ Lindblom (een *economisch psycholoog*) komt op basis van empirisch onderzoek tot conclusies over (keuze) gedrag
- ⌘ Zijn concept *incrementalisme* is de vertaling van *satisficing behaviour* naar concreet (ruimtelijk) keuzegedrag
- ⌘ Incrementalisme slaat op gedrag dat niet bestaat uit een beperkt aantal strategische zetten, maar uit een groot aantal kleinere “habituele” (gewoonte) handelingen

Incrementalisme

- ⌘ Het individu beschouwt alleen kleine variaties, en
- ⌘ Overweegt slechts een klein aantal alternatieven
- ⌘ Het aantal mogelijke consequenties is beperkt
- ⌘ Problemen staan niet echt vast maar worden ad hoc gedefinieerd
- ⌘ Er is geen specifieke verwachting t.a.v. uiteindelijke of optimale uitkomsten
- ⌘ Op kritieke situaties wordt niet geanticipeerd maar spontaan gereageerd

(Lindblom 1975)

Een cynische visie op niet-rationaal gedrag

- ⌘ Volgens de diverse geciteerde auteurs is (economisch) gedrag dus te kenschetsen als: niet-rationeel, gericht op bevrediging i.p.v optimalisatie, incrementeel, habitueel, spontaan
- ⌘ Maar wat zijn de DRIJFVEREN v.h. gedrag?
- ⌘ VAN DUIJN:
“there is nothing rational in economic behaviour, it is all about FEAR and GREED” *

*JJ. Van Duijn, Portfolio analysis and technological progress. Amsterdam 25-1-2002

Op zoek naar het verloop van besluitvorming

- ⌘ De ideeën van Harvey, Enxing, Lindblom e.a. zijn eigenlijk het begin van een zoektocht naar hoe besluitvorming verloopt
- ⌘ Besluiten zijn geen “snapshot happenings” maar resultaat van zoek- en leerprocessen. Er is tijd mee gemoeid
- ⌘ Alternatieven worden veelal niet *naast* maar *na* elkaar beschouwd (vgl het verkopen van een 2e hands auto)

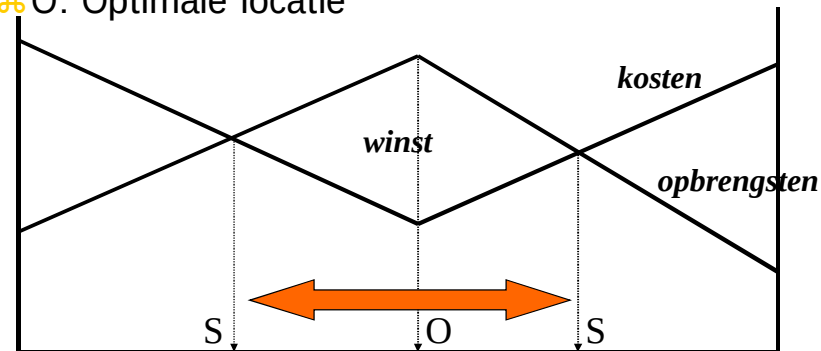
Op weg naar ‘n behaviourale vestigingsplaatstheorie

- ⌘ Hoe verwerken we de “*behavioural approach*” in onze beschouwingen over bedrijf en vestigingsplaats?
- ⌘ Vier mogelijkheden:
 - 1) nieuw inzicht verwerken in oude theorie
 - 2) geheel nieuwe theoretische uitgangspunten, bijv. de gedragsmatrix van Pred
 - 3) de speltheoretische benadering
 - 4) “gaming”

D.M. Smith: ruimte voor niet-economische factoren

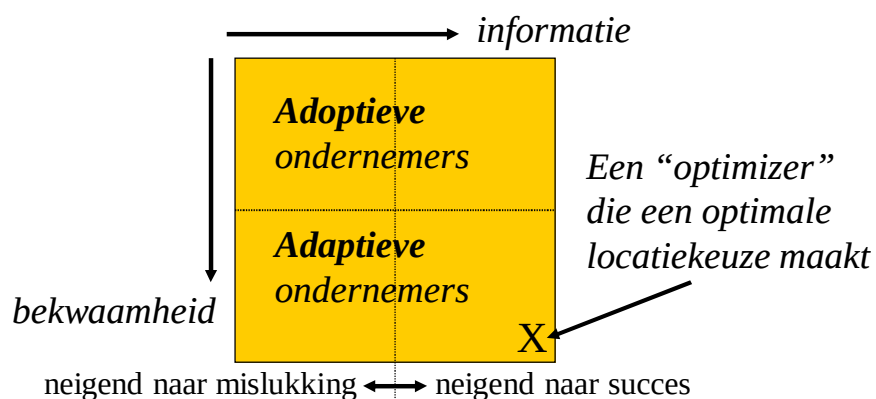
⌘ S: Spatial Margins to Profitability (SMOP)

⌘ O: Optimale locatie



⌘ Tussen SMOP: ruimte voor niet-economische overwegingen

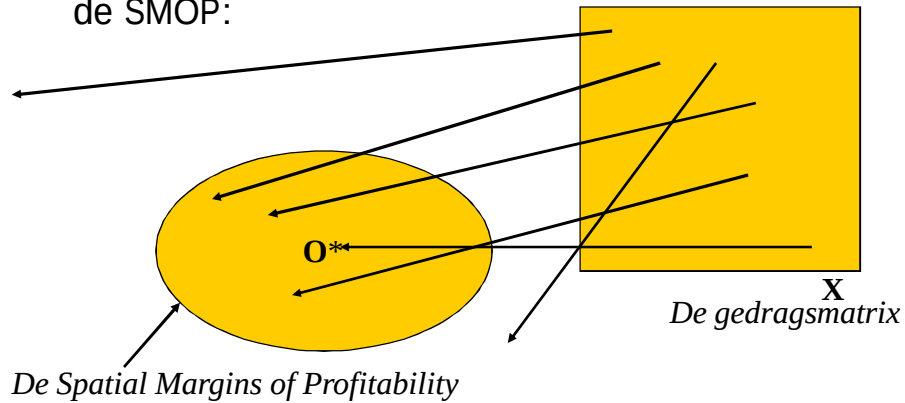
De “behavioural matrix” van Allan Pred*



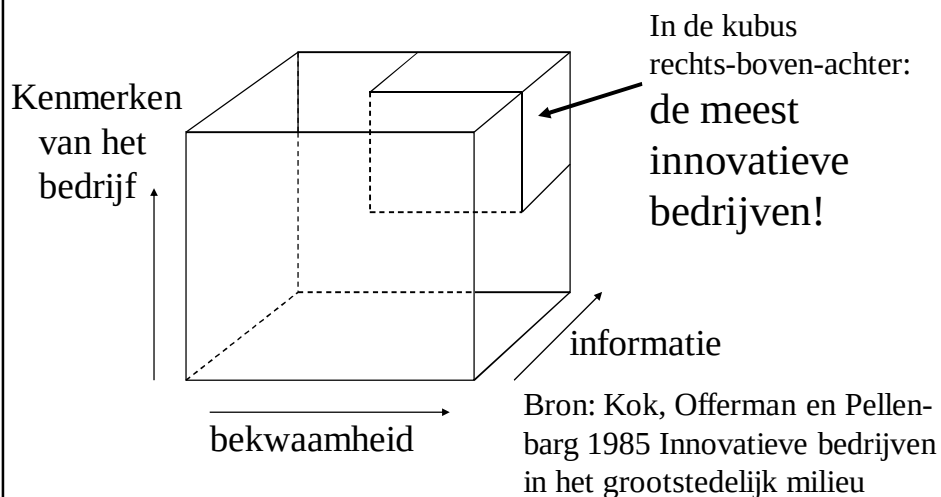
⌘ *A. Pred (1967) Behavior and Location

Een relatie tussen de theorieën van Smith en Pred

⌘ De matrixpositie van een bedrijf heeft verband met een keuze voor een locatie binnen of buiten de SMOP:



Pred in drie dimensies



De drie dimensies van het kubusmodel

Bekwaamheid ondernemer	Kwaliteit van de informatie	Kenmerken van 't bedrijf
Opleiding	Informatie-leveranciers	Aantal jaren na oprichting
Leeftijd	Contacten instanties	Omvang personeel
Functies eerder/elders	Beursbezoek	Bedrijfsklasse
Verhuis&verbouwplannen	Branche-organisatie	Omzet
Ondernemerschapsatt.	Cursussen	R&D afdeling aanwezig

Speltheoretische benadering: een "pay-off matrix"

⌘ Twee spelers: een ondernemer en de overheid, elk met drie keuze-alternatieven

Overheid: 1) geeft invest. subsidie 2) legt een snelweg aan 3) intensificeert regionaal beleid

Ondernemer:

- 1) blijft op dezelfde plek
- 2) gaat naar een voorstad
- 3) gaat naar een stimuleringsgebied

200	155	145
130	220	130
118	118	225

Drie ondernemerstypen

- ⌘ De “simpele” ondernemer
- ⌘ De “voorzichtige” ondernemer
- ⌘ De “roekeloze” ondernemer
- ⌘ De “berekenende” ondernemer
- ⌘ De “spijtminimeerder”
(om diens keuze te bepalen moet de
pay-off matrix eerst worden omgezet in een
zog. “spijtmatrix”)

Drie concepten van een ‘decision-maker’

- ⌘ de **economic maximizer** (klassieke vplth)
- ⌘ de **heuristic satisficer** (Simon’s idee)
- ⌘ de **optimizing strategist** > een onder-
nemer die risico’s en onzekerheden m.b.t.
de omgeving waarbinnen hij opereert
probeert te **beheersen**, er “het beste van
probeert te maken”
 - > dit derde type ondernemer zien we in de
speltheoretische opvatting!!
 - > vgl. ook Harvey’s 2e optie!

Gaming: een *Rollenspel* over 'n bedrijfsverplaatsing

- ⌘ Verdeel de rollen, bijvoorbeeld:
 - 1) directeur
 - 2) hoofdboekhouder
 - 3) bedrijfsleider
 - 4) hoofd marketing
 - 5) hoofd inkoop
 - 6) voorzitter van de ondernemingsraad
 - 7) enz.
- ⌘ Maak een verslag, over 5 punten:
 - 1) lokatie-alternatieven
 - 2) de definitieve keuze
 - 3) de keuze-motieven
 - 4) het doorslaggevend motief voor de keuze
 - 5) bijzonderheden
- ⌘ NB: speel in twee rondend
 - 1) alternatieven bedenken
 - 2) keuze maken
- ⌘ directeur=voorzitter

Walmsley&Lewis hfdstuk 4 *Information and Choice*

⌘ Belangrijke begrippen:

PERCEPTIE = WAARNEMING

COGNITIE = KENNIS

c.q. INFORMATIE

⌘ Perceptie → *Figuratieve kennis*

⌘ Cognitie → *Operationele kennis*

Hoe verwerven wij informatie?



ZIEN IS GELOVEN!
of
GELOVEN IS ZIEN ??

Piaget: levels of spatial knowing

- ⌘1) sensorimotor level
 - ⌘2) pre-operational level
 - ⌘3) concrete operational level
 - ⌘4) formal operational level
- ⌘in fase 4) is men pas in staat tot 't
hanteren van abstracte ruimtelijke
indrukken

Appleyard:

3 soorten spatial knowledge

- ⌘ 1) **operational knowledge**; cruciaal voor het functioneren in de omgeving: *waar is de school, waar is de winkel?*
- ⌘ 2) **responsive knowledge**; hoe reageren mensen op landmarks: *hier is 't viaduct, straks 1e linksaf voor WSN gebouw*
- ⌘ 3) **inferential knowledge**; vermogen tot generaliseren, aannames die verder gaan dan je werkelijk weet: *daar is de kerktoeren, daar zal het centrum wel zijn*

Walmsley & Lewis hfdstuk 5 *Image, behaviour & meaning*

- ⌘ Mensen hebben een "image", bijvoorbeeld
 - Kok : degelijk Balkenende: serieus
 - Pronk : bewogen Remkes: geslepen
 - Zalm : lachebek Verdonk: koel
- ⌘ Maar ook dingen, bijvoorbeeld auto's:
 - Volvo : degelijk Jaguar: duur
 - Opel: gewoontjes Ferrari: snel
 - Citroen : roest Lancia: elegant
- ⌘ ook **plaatsen en gebieden** hebben een imago
 - Flevoland : kaal Limburg: mooi
 - Friesland : groen België: dom
 - Siberië : koud Spanje: warm

Spatial image *een definitie*

- ⌘ Een ruimtelijk beeld (spatial image) is een mentale conceptie waarin ruimtelijke indrukken, afwegingen en voorkeuren van een mens zijn samengevat (Pocock en Hudson, 1978, *Images of the urban environment*)

Ruimtelijke imago's *te bespreken aspecten*

- ⌘ Onderdelen van een image
- ⌘ Problemen bij onderzoek
- ⌘ Image/perceptie van afstanden
- ⌘ Soorten images, en mental maps
- ⌘ Samenhang van begrippen
- ⌘ Werking van het geheugen

het boek van W&L (H5) bespreekt ook nog:

- ⌘ Verbonden filosofische concepten (bijv. fenomenologie, existentialisme, idealisme)

Lynch (*the image of the city*) 5 elementen van images

- ⌘ **Paths** - kanalen waarlangs mensen bewegen; bijv. Herestraat
- ⌘ **Edges** - scheidslijnen, bijv. een rivier
- ⌘ **Districts** - secties met eigen karakter; bijv. Grote Markt, Stadspark
- ⌘ **Nodes** - strategische plaatsen, toegangspoorten; bijv. Centraal Station
- ⌘ **Landmarks** - referentiepunten voor navigatie; bijv. Martinitoren, Herebrug

Problemen

bij onderzoek naar subjectieve
waardering van vestigingsmilieus

- ⌘ Mens als bron van informatie zwak:
 - *herinneringsvermogen*
 - *rationalisatie*
- ⌘ Beeldvorming is individueel proces; welke aspecten zijn *collectief*?
- ⌘ Wat betekenen allerlei termen :
beeld, imago, mental map, perceptie, cognitie
- ⌘ Is er verband tussen kennis en *gedrag*?
NB onderzoek ex ante en ex post

Afstandsschattingen

(door een steekproef van Nederlanders >18 jr,
naar landsdeel van herkomst, Pellenbarg 1991)

⌘ AMSTERDAM-GRONINGEN (185 KM)

schatting	noord	oost	west	zuid
onder	45%	52%	37%	50%
goed	24%	32%	41%	27%
over	31%	16%	21%	23%
totaal	100	100	100	100

⌘ EINDHOVEN-GRONINGEN (235 km)

schatting	noord	oost	west	zuid
onder	24%	46%	46%	34%
goed	7%	10%	0%	0%
over	69%	44%	54%	66%
totaal	100	100	100	100

Afstandsbeleving *(enquête jan. 1992)*

WAT VINDT U VAN DE AFSTAND A'dam-Groningen?

⌘ Wat alle Nederlanders hiervan vinden (%)		⌘ Respondenten uit de verschillende landsdelen (%)			
		Noord	Oost	West	Zuid
⌘ valt heel erg mee	15	11	7	20	7
⌘ niet zo ver	48	65	40	49	54
⌘ ver	30	22	44	24	36
⌘ heel ver	5	2	9	7	3
⌘ weet niet	2				
totaal	100%				

MENTAL MAPS

- ⌘ drie typen mental maps
- ⌘ mental map versus spatial image
- ⌘ elementen van een spatial image
- ⌘ imago versus attitude
- ⌘ samenhang van begrippen
- ⌘ hoe werkt het brein: drie theorieën
- ⌘ *het belang van onderzoek*
- ⌘ *buitenlands onderzoek naar spatial images, i.h.b. bij ondernemers*
- ⌘ *onderzoek van de FRW/RUG*

Drie typen mental maps

- ⌘ **locationeel beeld**: concreet; perceptie van plaatsen, afstanden, grootte, vorm van een gebied
- ⌘ **cognitieve kaart**: niet-lokationele elementen; geen visuele herinnering maar abstract-verbaal
- ⌘ **cognitief-affectieve kaart**: mentale ordening van de omgeving o.b.v. voorkeuren en keuzes

Mental map en Spatial image

⌘ MENTAL MAP

een verzameling kennis die op of met een kaart kan worden gevisualiseerd

⌘ SPATIAL IMAGE

voorstelling die men zich in de geest maakt van een plaats of gebied

Elementen van een regionaal of ruimtelijk imago*

⌘ Vooroordelen

als de beoordeleraar er een zeker belang bij heeft de werkelijkheid verkeerd voor te stellen

⌘ Stereotypen

veelal met nadruk geponeerde oordelen over de werkelijkheid die er vooral toe dienen om voor te wenden dat men geïnformeerd is

⌘ Eigen informatie

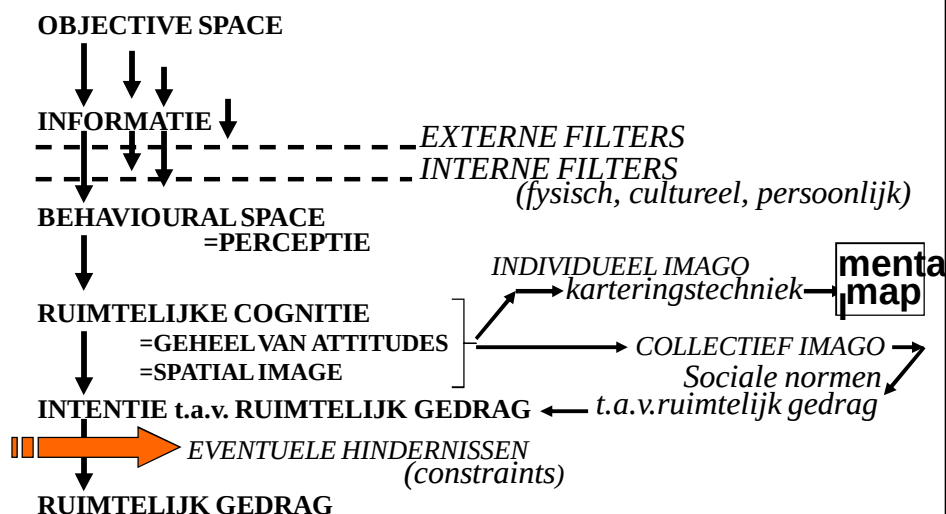
(juiste) indrukken uit persoonlijke bezoeken of anderszins persoonlijk vergaarde informatie

*H v.d.Bosch

Imago en Attitude

- ⌘ Ruimtelijke imago's kunnen ook worden opgevat als attitudes t.o.v. een plaats/regio *ze voldoen aan de algemene kernmerken van dit sociologische begrip:*
- ⌘ berusten op mentale processen
- ⌘ beïnvloeden gedrag
- ⌘ hangen onderling samen
- ⌘ zijn evaluatief van aard, en
- ⌘ onveranderlijk in de tijd

Samenhang van begrippen



Vorm van regionale imago's in het geheugen (Lloyd 1982*)

⌘ **Radical image theory**

voorstelling in code of formule

⌘ **Conceptual-propositional theory**

opslag in de vorm van stellingen

⌘ **Dual coding theory**

verbaal en imaginair geheugensysteem

* R. Lloyd 1982, A Look at Images