

De marktpositie van de openbare arbeidsbemiddeling

In dit artikel beschrijven de auteurs aan de hand van een aantal indicatoren de marktpositie van arbeidsbureaus. Het blijkt dat de arbeidsbureaus in de loop van de jaren tachtig terreinverlies hebben geleden als intermediair op de arbeidsmarkt.

DRS. G.S.H. JANSSEN – DRS. M. WEGERIF*

Er is een duidelijke tendens in het politieke en maatschappelijke krachtenveld naar een verdere demonopolisering van de openbare arbeidsbemiddeling. De WRR pleit er in zijn eind 1987 verschenen rapport *Activerend arbeidsmarktbeleid* voor om op korte termijn commercieel bemiddelingsinitiatief toe te staan. In overeenstemming daarmee wordt in de nieuwe Arbeidsvoorzieningswet, die onlangs door de Tweede Kamer is aanvaard, het bestaande categorische verbod op commercieel bemiddelingsinitiatief losgelaten en vervangen door een vergunningstelsel.

De term demonopolisering suggereert dat de overheid tot op heden met zijn arbeidsbemiddelingsapparaat de arbeidsmarkt ook in feite goeddeels in handen heeft. Dat beeld staat echter ver af van de werkelijkheid. Ook nu is het bemiddelingsapparaat van de overheid slechts één van de vele intermediairs op de arbeidsmarkt. Andere wervingskanalen zijn onder meer de personeelsadvertentie, spontane sollicitaties, externe relaties van de werkgever en het uitzendbureau. Arbeidsovereenkomsten kunnen dus ook zonder de bemoeienis van derden tot stand komen.

Het toekomstige tripartite Centraal Bestuur Arbeidsvoorziening (CBA) dat met de uitvoering van de nieuwe Arbeidsvoorzieningswet wordt belast, zal een soepel vergunningbeleid moeten voeren, wil het niet al gauw de verdenking op zich laden van 'détournement de pouvoir'¹.

Tegelijkertijd wordt, zowel binnen de Arbeidsvoorziening als in politieke kring onderkend, dat een 'redelijke' marktpositie een randvoorwaarde is om de aan het CBA in de nieuwe wet toegedachte taken naar behoren te kunnen uitvoeren.

Het zal tegen deze achtergrond geen verwondering wekken dat er binnen (en buiten) de Arbeidsvoorzieningsorganisatie een groeiende interesse is voor de prestaties van het uitvoerende apparaat, de marktpositie waar die in uitmonden en voor het ontwikkelen en hanteren van indicatoren om die te meten.

- vervullingsquote: het aantal door een intermediair in een bepaalde periode vervulde vacatures gedeeld door het aantal dat intermediair in die periode toevertrouwde aantal vacatures;
- marktaandeel: het aantal door een intermediair in een periode vervulde vacatures gedeeld door het totaal aantal in die periode vervulde vacatures.

Het marktgebied geeft een indicatie van de mate waarin een intermediair wordt ingeschakeld bij de personeelsvoorziening. Opgemerkt hierbij dient te worden dat het marktgebied van alle intermediairs tezamen meer dan 100% kan bedragen (namelijk 100% x het gemiddelde aantal ingeschakelde intermediairs van alle vacatures) en dat, indien het gemiddelde aantal ingeschakelde intermediairs in de loop van de tijd verandert, het marktgebied van een intermediair verandert zonder dat sprake hoeft te zijn van een relatieve verbetering of verslechtering van de marktpositie van het betreffende intermediair. Voor de vervullingsquote geldt hetzelfde maar dan in omgekeerde richting.

Onder een vacature verstaan wij in dit artikel een openstaande betrekking waarvoor personeel wordt geworven en waarbij externe bekendmaking plaatsvindt. Deze definitie impliceert dat de gehele uitzendmarkt (en dus ook het openbare uitzendbureau, de stichting START) buiten beschouwing blijft en ook al die vacatures die intern worden vervuld. Voor zover echter uitzendcontracten leiden tot een vaste arbeidsovereenkomst, worden ze wel meegenomen.

Het begrip 'bij het arbeidsbureau geregistreerd' duidt op een opdracht voor het arbeidsbureau of op het vervullen van een intermediaire rol bij het zoeken van kandidaten om te kunnen voorzien in een vacature. Registratie kan het gevolg zijn van het al dan niet spontaan door de werkgever melden van een vacature of kan voortvloeien uit (actieve) acquisitie van het arbeidsbureau.

Indicatoren

De ontwikkeling van de marktpositie van de arbeidsbureaus zullen wij beschrijven met behulp van drie indicatoren:

- marktgebied: het aantal aan een intermediair in een bepaalde periode toevertrouwde vacatures gedeeld door het totaal aantal in die periode vrijgekomen vacatures;

* De heer Janssen is thans werkzaam bij de Directie Planning, Financiën en Control van het Ministerie van Financiën. De heer Wegerif is verbonden aan de sector Onderzoek Arbeidsmarkt-vraagstukken van het Directoraat Generaal voor de Arbeidsvoorziening. Het artikel is op persoonlijke titel geschreven. De auteurs danken mev. K. Pilgram en dr. ir. J.C. van Ours en drs. G.J.L. Snelting voor hun commentaar op een eerdere versie.

1. Vergelijk bij voorbeeld P.A. Heij en J.W. van Ulden, Het paard van Troje op de arbeidsmarkt, *ESB*, 9 november 1988.

Er is sprake van het 'vervullen van een vacature door het arbeidsbureau' indien het arbeidsbureau met succes een gericht contact heeft gelegd tussen een ingeschrevene en een werkgever waarvan een vacature is geregistreerd.

De volgende bronnen bevatten relevante gegevens, die wij nader in beschouwing hebben genomen: de vacature-enquête van het CBS², de enquête *Hoe werven bedrijven?*³ (HWB) en (interne) gegevens van de arbeidsbureaus.

De vacature-enquête van het CBS geeft inzicht in het aantal openstaande vacatures en het daarvan bij het arbeidsbureau geregistreerde aantal. Nadere analyse heeft uitgewezen dat de duurverdeling van standcijfers van vacatures in de loop van de tijd niet constant is. Belangrijker is nog dat de duurverdeling van de 'bij het arbeidsbureau geregistreerde vacatures' niet overeenkomt met die van het totaal aantal vacatures. De hierdoor noodzakelijke omrekening van standcijfers naar stroomgrootheden heeft plaats gevonden met behulp van een door Van Ours en Hagens ontwikkelde berekeningswijze⁴. Bij deze berekeningen wordt rekening gehouden met de duurverdeling van openstaan van de vacatures en wordt een tweedeling in het vacaturebestand aangebracht, te weten 'moeilijk' en 'eenvoudig' te vervullen vacatures. Veronderstellingen bij deze methode zijn een stationair vacaturebestand en afwezigheid van duur-afhankelijkheid tussen de vacatures.

De enquête *Hoe werven bedrijven?* verschaft direct stroomcijfers over alle relevante grootheden.

Gegevens over het aantal door het arbeidsbureau geregistreerde en vervulde vacatures kunnen onder andere worden ontleend aan het geautomatiseerde werkzoekenden-registratiesysteem van de arbeidsbureaus (ISVA). Nadere analyse wijst echter uit dat de betrouwbaarheid van deze cijfers met name de laatste jaren zeer gering is. In dit artikel worden dan ook alleen hieraan ontleende gegevens over aantallen vervulde vacatures gebruikt voor de periode 1980 t/m 1983.

Marktbereik

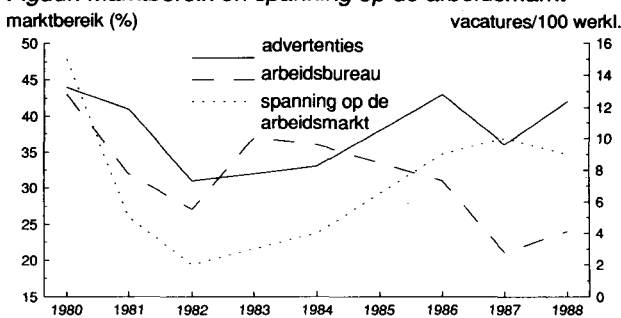
In tabel 1 zijn de resultaten bijeengebracht van de metingen van het marktbereik van de arbeidsbureaus door het CBS sinds 1980 en door het Instituut voor Longitudinaal Beleidsonderzoek (ILBO) sinds 1984.

Uit tabel 1 blijkt dat de schattingsresultaten in stroomgrootheden op basis van de CBS-enquête en die gebaseerd op een directe meting bij de enquête *Hoe werven bedrijven?* elkaar niet veel ontlopen. De uitkomsten van de CBS-enquête in standgrootheden liggen aanzienlijk hoger dan de resultaten gemeten in stroomgrootheden. Dat hangt samen met het feit dat de vacatures die bij de arbeidsbureaus worden aangemeld aanzienlijk langer openstaan dan gemiddeld.

Tabel 1. Marktbereik van de arbeidsbureaus, in %

Jaar	CBS standcijfer	CBS stroomcijfer	HWB	HWB gecorr.
1980	63	43		
1981	52	32		
1982	45	27		
1983	39	37		
1984	41	36	33	33
1985			31	33
1986	43	31	27	27
1987	33	21	21	25
1988	36	24	19	26

Figuur. Marktbereik en spanning op de arbeidsmarkt



Bron: CBS, bewerkt m.b.v. methode Van Ours/Hagens.

Over de gehele periode bezien is sprake van een forse daling van het marktbereik van de arbeidsbureaus.

Staat het arbeidsbureau daarin alleen of heeft een dergelijke daling zich ook voorgedaan bij een ander traditioneel belangrijk intermediair als de personeelsadvertentie? Ter illustratie hiervan geeft de figuur een beeld van de ontwikkeling van het bereik van het arbeidsbureau te zamen met die van de personeelsadvertenties.

Voor een beoordeling van de ontwikkeling van het marktbereik is het nuttig een onderscheid te maken tussen algemene factoren die het marktbereik van alle intermediairs gezamenlijk beïnvloeden en specifieke factoren, die van invloed zijn op het bereik van de diverse intermediairs afzonderlijk.

Het marktbereik van alle intermediairs gezamenlijk vertoont in het algemeen een cyclisch verloop, samenhangend met de spanning op de arbeidsmarkt. Naarmate de spanning op de arbeidsmarkt toeneemt, wordt het moeilijker om vacatures vervuld te krijgen en gaan arbeidsorganisaties ertoe over om, hetzij direct al, hetzij na uitblijven van succes een tweede en eventueel een derde en vierde wervingskanaal in te schakelen. Het gemiddeld aantal ingeschakelde intermediairs varieert dus met de spanning op de arbeidsmarkt. In de enquête *Hoe werven bedrijven?* wordt het gemiddeld aantal ingeschakelde intermediairs direct gemeten, zodat het mogelijk is de uitkomsten ten aanzien het bereik voor veranderingen daarin te corrigeren (zie tabel 1).

Tussen 1980 en 1982 daalde het marktbereik van beide intermediairs, samenhangend met de sterk afnemende spanning op de arbeidsmarkt. Als indicatie voor de spanning op de arbeidsmarkt hanteren we het aantal vacatures per 100 werklozen. Na 1982 herstelde het marktbereik van de personeelsadvertentie zich onder invloed van de geleidelijk terugkerende spanning op de arbeidsmarkt tot in 1986 het niveau van 1980 weer was bereikt.

Het marktbereik van het arbeidsbureau geeft na 1982 een minder plausibel verloop te zien. In 1983 doet zich een opmerkelijk herstel voor. In de jaren 1984 en 1985, waarin op grond van de toeneming van het aantal vacatures per 100 werklozen toeneming naar het oude niveau verwacht mocht worden, doet zich daarentegen juist een daling voor. De

2. De vacature-enquête van het CBS wordt vanaf 1980 jaarlijks (m.u.v. 1985) door het CBS gehouden bij ruim 20.000 bedrijven en instellingen. Het onderzoek strekt zich uit tot alle bedrijfstakken, exclusief overheid, onderwijs, uitzend- en uitleenbedrijven en sociale werkplaatsen.

3. Deze enquête wordt in opdracht van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Directoraat Generaal voor de Arbeidsvoorziening, vanaf 1984 jaarlijks uitgevoerd door het Instituut voor Longitudinaal Beleidsonderzoek (ILBO), te Amsterdam.

4. J.C. van Ours en J.S. Hagens, *Vacatures in beweging* (een verkennende analyse van de doorstroming in het vacaturebestand), OSA-werkdocument nr. W 35, mei 1987.

daling na januari 1986 moet, zoals blijkt uit tabel 1 waarin ook uitkomsten worden gepresenteerd die zijn gecorrigeerd voor veranderingen in het gemiddeld aantal ingeschakelde intermediairs, worden toegeschreven aan de algemene terugloop in het inschakelen van intermediairs.

Waar moet het opmerkelijke herstel van het marktgebied van het arbeidsbureau in 1983 en de teleurstellende ontwikkeling in 1984 en 1985 aan worden toegeschreven? Sluitende verklaringen daarvoor liggen helaas niet voor het grijpen. Wel kan aan de ontwikkeling van de marktpositie van de Arbeidsvoorziening enig reliëf worden gegeven door deze te plaatsen tegen de achtergrond van enkele belangrijke keerpunten in het beleid.

Relevant lijkt ten eerste de aankondiging in september 1983 door de Directeur-Generaal voor de Arbeidsvoorziening van de zogenoemde vraaggerichte benadering door de arbeidsbureaus. Dat wil zeggen, dat de benadering van werkgevers vanuit het arbeidsbureau, onder meer door middel van bedrijfsbezoeken, een veel omvangrijker accent moest krijgen: "Een duidelijke prioriteit moet worden gelegd bij het vergroten van de instroom van vacatures. Het moet mogelijk zijn dat arbeidsbureaus zich ten doel stellen in 1984 25% meer vacatures te verkrijgen dan in 1983 het geval is".

Wordt nu het verloop van het marktgebied gezien tegen de achtergrond van deze beleidsomgeving, dan kan worden vastgesteld dat in het jaar, voorafgaande aan de beleidsomgeving (1983), het aantal geregistreerde vacatures is gestegen met ruim 110%, waardoor het marktgebied toenam van 27% tot ruim 36%. In 1984 nam het aantal geregistreerde vacatures verder toe met ruim 22% – de doelstelling werd dus vrijwel gehaald – maar, omdat het totaal aantal vacatures met hetzelfde percentage toenam, bleef het marktgebied in 1984 vrijwel onveranderd.

In het daarop volgende jaar nam het aantal door de arbeidsbureaus verkregen vacatures met circa 40% toe, maar aangezien het totaal aantal vacatures met ongeveer 65% steeg, liep het marktgebied niet onbelangrijk terug. Het bovenstaande illustreert de enorme fluctuaties die op de arbeidsmarkt kunnen optreden en die het formuleren van taakstellingen ten aanzien van het absolute aantal te acquireren vacatures tot een hachelijke zaak maken. In een aantrekkelijke markt kan dat ertoe leiden, dat er niet uitgehaald wordt wat er in zit, terwijl in een inkrimpende markt onnodige frustraties worden opgeroepen.

De conclusie lijkt gerechtvaardigd dat de beleidsomgeving naar een vraaggerichte benadering zijn doorwerking in de organisatie en in de vacature-acquisitie heeft gehad in die zin dat de werkgever als cliënt sindsdien weer meer aandacht krijgt van de arbeidsbureaus. De effecten daarvan op het marktgebied zijn echter niet te traceren, omdat ze zijn overschaduwd door de enorme expansie van de vraag sinds 1984.

Een tweede relevante factor betreft de gang van zaken rond de wet Verplichte vacaturemelding. Na een lange periode van voorbereiding is in de loop van 1983 de wet Verplichte vacaturemelding door de Kamer aanvaard. Desondanks is vooralsnog afgezien van implementatie van de wet in verband met uitvoeringsproblemen. Op het moment dat de wet werd aanvaard was het informatiesysteem van de vraag (vacatures) bij de arbeidsbureaus nog niet geautomatiseerd. Voorzien werd dat een verplichting van de vacaturemelding een enorme administratieve belasting zou gaan betekenen voor zowel het bedrijfsleven als de arbeidsbureaus. Een extra belasting, die de dienstverlening door het arbeidsbureau aan het bedrijfsleven wellicht eerder afbreuk zou kunnen doen dan ten goede zou komen.

Hoewel niet kwantificeerbaar lijkt het aannemelijk dat, als gevolg van in de jaren zeventig in een groot aantal cao's opgenomen meldingsbepalingen (te zamen ongeveer de

helft van het aantal werknemers omvattende) en vooruitlopend op het wetsvoorstel Verplichte vacaturemelding, een deel van de vacatures in de periode tot en met 1983 uitsluitend pro forma bij de arbeidsbureaus werd aangemeld.

Het besluit om vooralsnog af te zien van de ten uitvoerlegging van de wet Verplichte vacaturemelding, zou de meldingsdiscipline – voor zover die niet vanuit een welbegrepen eigen belang plaatsvond – kunnen hebben aangetaast. Met het gevolg dat het aantal pro forma aanmeldingen vanaf 1984 geleidelijk is gaan teruglopen. Dit zou de daling van het marktgebied in 1984 en 1985 naar ons oordeel mede kunnen verklaren.

Vervullingsquote

De vervullingsquote geeft een indicatie van de mate waarin een intermediair erin slaagt de binnengekomen vacatures te vervullen. De vervullingsquote is te zien als de verbindende schakel (ook in rekenkundige zin) tussen de begrippen marktgebied en marktaandeel: marktgebied x vervullingsquote = marktaandeel. De vervullingsquote is evenals het marktgebied afhankelijk van het gemiddeld aantal ingeschakelde intermediairs per vacature.

Tabel 2 laat zien dat de vervullingsquote van het arbeidsbureau in de jaren 1985 en 1986 op een stabiel niveau is gebleven. De laatste jaren is sprake van een duidelijke verbetering van het percentage vacatures dat door het arbeidsbureau wordt vervuld.

Deze verbetering moet weliswaar ten dele worden toegeschreven aan een daling in het gemiddeld aantal ingeschakelde intermediairs per vacature sinds 1986, maar ook wanneer daarvoor wordt gecorrigeerd, resteert nog een stijging van de vervullingsquote van 36% in 1986 tot 46% in 1988.

Toch verhoudt de vervullingsquote van het arbeidsbureau zich nog steeds ongunstig tot die van andere intermediairs, zoals uit tabel 2 blijkt. Met name bij de personeelsadvertenties ligt de vervullingsquote zeer hoog. Blijft overigens dat de vervullingsquote van het arbeidsbureau in de jaren 1986 t/m 1988 aanzienlijk sneller is gestegen dan gemiddeld. In samenhang met de daling van het marktgebied in diezelfde periode wijst dat op een meer selectieve inschakeling van het arbeidsbureau bij de werving.

Vacatures worden steeds meer alleen dan aangemeld bij het arbeidsbureau, wanneer de werkgever om hem moverende redenen de intentie heeft van de diensten van het arbeidsbureau gebruik te maken. Het element van loonkostensubsidie of financiële steun bij scholing kan daarbij uiteraard een rol spelen.

Marktaandeel

Het marktaandeel van de arbeidsbureaus kan worden bepaald door het aantal door de arbeidsbureaus vervulde vacatures (plaatsingen) te relateren aan het totaal aantal vervulde vacatures.

Tabel 2. Vervullingsquote personeelsadvertentie, arbeidsbureau en alle intermediairs te zamen (in procenten)

Jaar	Advertentie	Arbeitsbureau	Alle intermediairs
1985	88	37	59
1986	81	36	56
1987	83	55	68
1988	85	63	80

Bron: Hoe werven bedrijven?

Tabel 3. Marktaandeel van het arbeidsbureau, in %^a

Jaar	80	81	82	83	84	85	86	87	88
Marktaandeel	23	26	26	17	14	11	10	12	12

a. 1980 t/m 1983 op basis van ISVA-plaatsingsgegevens; 1984 t/m 1988 op basis van de enquête *Hoe werven bedrijven?*

Tabel 3 geeft aan dat het marktaandeel van de arbeidsbureaus in de periode van 1982 t/m 1985 sterk is teruggelopen om vervolgens de laatste jaren redelijk stabiel te blijven op een niveau van ongeveer 12%⁵.

De vraag dient zich aan of van een structurele daling van het marktaandeel in de eerste helft van de jaren tachtig sprake is geweest. Denkbaar is immers ook dat het marktaandeel in het verleden lager is geweest dan in het begin van de jaren tachtig en dat het fluctueert al naar gelang de ontwikkeling van de conjunctuur en de hoeveelheid beschikbare middelen voor arbeidsmarktbeleid die doorgaans toeneemt wanneer de werkloosheid oploopt.

Vergelijking met gegevens over de jaren vijftig en zestig die betrekking hebben op de industrie⁶ bevestigt het vermoeden, dat het marktaandeel van het arbeidsbureau conjunctuurgevoelig is. Ook in die jaren fluctueerde het marktaandeel sterk. Het bereikte een maximum in het recessiejaar 1958. Tevens blijkt dat het marktaandeel in de jaren zestig niet hoger was dan thans. In 1988 was het marktaandeel van het arbeidsbureau in de industrie evenals in de jaren zestig circa 15% (zie tabel 4).

De verklaring voor het anticyclische verloop van het marktaandeel van het arbeidsbureau moet ons inziens worden gezocht in de mogelijkheden die het arbeidsbureau heeft om in perioden van laagconjunctuur additionele werkgelegenheid te creëren, bij voorbeeld in de bouw (aanvullende werken, later terugploegregelingen) en in de collectieve sector (tijdelijke arbeidsplaatsenregeling en werkgelegenheidsverruimende maatregelen) en daar geregiestreerde werklozen te plaatsen.

In 1982 werden mede dank zij deze subsidie-instrumenten circa 45.000 vacatures door het arbeidsbureau vervuld, terwijl de totale markt ineenschrompelde tot circa 175.000 vacatures (marktaandeel ruim 25%). In 1988 was het aantal vervulde vacatures door het arbeidsbureau ruim verdubbeld, maar het totale aantal vacatures was ruim verviervoudigd. Dit betekende een halvering van het marktaandeel tot 12%.

Vanaf 1986 is volgens de metingen van het onderzoek *Hoe werven bedrijven?* een licht herstel van het marktaandeel van de arbeidsbureaus opgetreden (zie tabel 3). Dat is te danken aan de verbetering van de vervullingsquote, die ruimschoots compensatie heeft geboden voor de verdere daling van het markt bereik van 27% in 1986 tot 19% in 1988. Aangrijpingspunt voor een verder herstel van het marktaandeel is naar ons oordeel de vervullingsquote. De vervullingsquote van het arbeidsbureau blijft zoals we hebben gezien nog steeds achter bij die van de andere intermediairs. Wanneer de arbeidsbureaus erin slagen door een vlotte en kwalitatief goede dienstverlening het percentage van de aangemelde vacatures dat door hun toedoen wordt vervuld,

Tabel 4. Marktaandeel arbeidsbureaus naar bedrijfstak in 1988

Industrie	Bouw	Handel horeca	Dienst-verlenend	Kwartair	Totaal
15	20	10	8	9	12

Bron: *Hoe werven bedrijven?*, maart 1988-maart 1989.

op te voeren, zal dat de animo om vacatures (opnieuw) aan te melden ten goede komen. De dalende tendens van het markt bereik zal daardoor op den duur worden omgebogen.

De subsidiemogelijkheden voor de arbeidsbureaus op het gebied van plaatsingsbevordering en scholing zijn de laatste jaren aanzienlijk verruimd. De arbeidsbureaus zullen het van een goede benutting van die mogelijkheden moeten hebben; door rechtstreekse ondersteuning van de bemiddeling, of als eerst een voortraject moet worden doorlopen (scholing), door te anticiperen op de te verwachten vacatures.

Besluit

Gemeten aan de gehanteerde indicatoren (markt bereik, vervullingsquote en marktaandeel) kan niet anders worden geconcludeerd dan dat de arbeidsbureaus als intermediair op de arbeidsmarkt in de loop van de jaren tachtig terreinverlies hebben geleden. Daarbij moet worden aangetekend dat het marktaandeel in het begin van de jaren tachtig uitzonderlijk hoog was als gevolg van het geringe aantal bewegingen op de totale markt en dat de cijfers over de jaren 1980 t/m 1983 niet al te betrouwbaar zijn. Het markt bereik was vermoedelijk geflatteerd door pro forma aanmeldingen van vacatures op grond van cao-bepalingen en anticipatie op de wet verplichte vacaturemelding. Vanaf 1986 is een licht herstel van het marktaandeel opgetreden dank zij een verbetering van de vervullingsquote. De na 1986 nog voortgaande daling van het markt bereik is daardoor ruimschoots gecompenseerd. Toch blijft de vervullingsquote van de arbeidsbureaus nog duidelijk achter bij die van andere intermediairs.

Getracht is in de afgelopen jaren het tij te keren door de arbeidsbureaus taakstellingen op te leggen ten aanzien van aantallen te acquireren vacatures, hetgeen zou moeten resulteren in een vergroting van het markt bereik en daarmee het marktaandeel. Dat heeft niet het beoogde resultaat opgeleverd (en misschien zelfs een averechts effect gehad), omdat de arbeidsbureaus onvoldoende in staat waren de geacquireerde vacatures adequaat te vervullen. Primair zal de aandacht moeten uitgaan naar een verdere verbetering van de vervullingsquote. Dat betekent dat de arbeidsbureaus potentiële kandidaten zorgvuldiger zullen moeten screenen en voorselecteren alvorens tot verwijzing over te gaan. Voorts dienen de subsidie-instrumenten ter bevordering van de scholing en plaatsing van zwakke groepen zoveel mogelijk direct ter ondersteuning van de bemiddeling te worden ingezet.

Een relativerende opmerking is ter afsluiting op zijn plaats. Vergroting van het marktaandeel mag geen doel op zichzelf worden voor de arbeidsvoorzieningsorganisatie. Een redelijke marktpositie is een randvoorwaarde, niet meer en niet minder, om de eigenlijke doelstelling van het arbeidsvoorzieningsbeleid naderbij te brengen. En die is het bevorderen van een doelmatige en rechtvaardige aansluiting van vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.

G.S.H. Janssen
M. Wegerif

5. De laatste tijd zijn uit twee andere bronnen schattingen van het marktaandeel van de arbeidsbureaus in de publiciteit gekomen: het *Jaarverslag Arbeidsvoorziening '88* noemt een marktaandeel van 21% in 1988, waarbij kan worden aangetekend dat de gepresenteerde cijfers uitsluitend een functie hebben in het kader van de prestatiebeoordeling en niet pretenderen de werkelijkheid getrouw te beschrijven. Het *Trendrapport Arbeidsmarkt 1989* van de OSA noemt een marktaandeel van 4% in 1988. Hierbij kan worden opgemerkt dat deze informatie is ontleend aan een enquête onder werkzoekenden, waarbij alle (interne en externe) functiewisselingen worden meegerekend.

6. W. van Voorden *Institutionalisering en arbeidsmarktbeleid*, dissertatie, Samsom Uitgeverij, Alphen aan den Rijn, 1975, blz. 127 en 128.