

# De ontucht van economen

Laat ik maar gelijk zeggen waar mijn titel op slaat. Onlangs schreef een der redacteurs van dit blad een artikel over de mededinging in Nederland (De tucht van de markt, *ESB*, 5 augustus 1987). Hij betoogde dat waar ondernemers en overheid met de mond belijden mededinging te willen, zij in feite de zelfregulering van het bedrijfsleven ruim baan verschaffen. Tegenover het activiteitenplan voor het mededingingsbeleid van staatssecretaris Evenhuis past reserve. Het lukt waarschijnlijk toch niet om door het oerwoud van regelingen heen te breken. Bovendien: „Stel dat Evenhuis de concurrentie beperkende afspraken flink uitdient, dan nog is het de vraag wat de samenleving ermee opschiet”. Of de prijzen zullen dalen, de produktiviteit zal stijgen, de consumenten beter bediend worden, het is twijfelachtig. „Deze pragmaticus zal het onwaarschijnlijk achten dat deze effecten in meetbare omvang optreden. De dogmaticus vertrouwt erop dat de versterkte tucht van de markt positieve effecten heeft ook al ziet hij ze niet”. Zo, dat is het cynisme ten top gedreven. Het is een standpunt dat men bij Nederlandse economen wel meer beluistert. In de trant van: de theorie van de markteconomie leert weliswaar dat vrije concurrentie tot statische en dynamische efficiencyverbetering leidt, maar denkt u niet dat het opruimen van mededingingsbeperkingen ons veel helpt. Dat riekt naar overspel, je betuigt je trouw aan de een en houdt het met de ander. Anders gezegd: men leert – dogmatisch – de theorie, en gelooft – pragmatisch – dat het niet zo uitpakt.

Indien de redenering zou luiden dat politici – vanwege de bindingen met belanghebbenden – weigeren een adequaat beleid te voeren, zou men daar in kunnen komen. Men zou ook kunnen stellen: de theorie waarmee economen de werkelijkheid pretenderen te verklaren deugt niet, want deze werkelijkheid is sterker dan de leer; de theorie moet vervangen worden door een betere. Dat laatste doet men evenwel niet, want de 'zynische Vernunft' stelt ons, evenals het overspel, in staat de keuze te ontlopen. Hoe ziet de 'Kritik der zynischen Vernunft' eruit? Wel, het cynisme is gemakzuchtig, kent de feiten niet en lijdt daarop schipbreuk. Concurrentie bevordert wel degelijk produktiviteit, prijsdaling en betere dienstverlening. Kijk maar eens naar het verschil in resultaten van de marktwerking in de Europese, Japanse en Amerikaanse automobielenindustrie gedurende de laatste veertig jaar. In eerstgenoemde gebieden bestaat sinds lang een symmetrisch oligopolie, met 5 à 6 leidende ondernemingen en daarnaast nog 5 à 6 minder grote, deels sterke ondernemingen gericht op segmenten van de markt. De Amerikaanse marktstructuur is steeds asymmetrisch oligopolistisch geweest met één leider (GM) en twee volgers plus een wankle kleine producent. Dit verschil in marktstructuur betekende forse rivaliteit in Europa en Japan, marktleiderschap en collusie in de Verenigde Staten 1). De gevolgen zijn desastreus gebleken voor de Amerikanen: hoewel de

H.W. de Jong



markt in de VS de grootste in de wereld was, werd de produktie in 1980 overtroffen door Japan en Europa. De drie Amerikaanse producenten zagen hun absolute produktie tussen 1965 en 1980 dalen (van ruim 11 naar 8,7 mln. stuks) als gevolg van bureaucratie, gebrek aan kwaliteitsprodukten, te veel fabrieken, obsessie met omvang, sloe innovatie e.d. 2). Tekenend zijn o.a. de volgende feiten: terwijl GM 14 bestuurslagen heeft, kent Toyota er 5; het Amerikaanse *Consumer reports* vermeldde in juni dat van de twintig automodellen die door gebruikers als de beste in kwalitatieve zin werden gewaardeerd, er 10 van Japanse, 8 van Duitse en slechts 2 van Amerikaanse makelij waren (een daarvan geproduceerd door de joint venture Nissan-GM in Californië); de veelheid van bedrijven reduceert de gemiddelde omvang van GM's en Fords assemblagebedrijven tot 182.000 wagens per jaar, tegen gemiddeld 460.000 voor de 4 grootste Japanners! De diagnose van dit falen is vanuit de markttheorie reeds 20 jaar geleden gesteld. In het artikel „Industriële structuurveranderingen in de EEG” 3) en in „Concentration in the automobile industry of the EEC” 4) werd een en ander uitvoerig besproken en werden prognoses gedaan die uitkwamen.

In de *luchtvaart* het omgekeerde beeld. Daar is de Europese marktregulering, voorop de bilaterale monopolies op luchtlijnen tussen belangrijke steden, schrikbarend. In de Verenigde Staten is er sinds 1978 vrije concurrentie, waaruit een symmetrisch, wijd oligopolie, met 5 grote 'carriers' en een aantal kleinere is gegroeid 5). Er ontstond grote rivaliteit, kosten- en prijsverlaging, en zoals gebruikers van de luchtlijnen in de VS weten, een goede service. De gemiddelde kosten (gemeten over vergelijkbare afstanden) zijn 20% lager dan in Europa, de ticketprijzen in Europa daarentegen 35 à 40% hoger 6). De Europese Commissie heeft terecht geconcludeerd dat het met de luchtvaartkartelling nu maar eens afgelopen moet zijn.

Waarom is een wijd, symmetrisch oligopolie de betere marktstructuur? Het antwoord is eenvoudig: dan worden de mogelijke schaalvoordelen in de produktie gereïaliseerd zonder dat er hoge marktaandelen ontstaan. Ook de kartelvorming en collusie is minder waarschijnlijk, en als zij voorkomt, minder duurzaam 7). De prijsconcurrentie is intensiever. Innovaties worden sneller ingevoerd 8); in de concurrentie gaat het prestatie-element de boventoon voeren te koste van het machtsselement. Kleinere, maar alerte mededingers konden snel in relatieve betekenis winnen: zoals in Japan Honda en Suzuki, in Europa Peugeot.

Wat betekent dit alles voor de mededingingspolitiek? Moet het wijd oligopolie geforceerd worden nagestreefd, zoals sommigen willen? Dat lijkt mij niet, want de meeste markten starten met een innoverende monopolist, wiens positie mettertijd ondergraven wordt. Zelfs in de computerindustrie deed deze regel opgeld. Om bovengenoemde redenen tendeert het natuurlijke marktproces in de richting van wijd, symmetrische en meer heterogene oligopolies. Maar soms moet mededingingspolitiek dit proces een handje helpen door obstakels op te ruimen of de machtsstrijd van marktpartijen te keren. Ieder (horizontaal) mededingingsbeleid kent dus, als het goed is: a. een anti-kartelpolitiek, b. een beleid jegens dominante ondernemingen die misbruik plegen en c. een op bovenstaande leidraad gerichte fusiepolitiek. De strijd tussen de uitgevers en de dreiging van buitenlandse giganten in deze markt, belicht dat er veel aan het Nederlandse beleid schort. Het EG-beleid kan voor correcties in de grote internationale markten zorgen, maar nationale problemen vragen om eigen oplossingen.

Niet de economische theorie bleef in gebreke; het zijn de politici die weigeren om 'vernünftig' te handelen. En economen behoren geen overspel te plegen: noch door de Nederlandse dame 'pragmatisme' na te lopen, noch door met de Lady uit Chicago 'bigness is best' te flirten.

H.W. de Jong

1) W. Adams (red.), *The structure of American industry*, 1982, hfst. 4.

2) *Business Week*, 16 maart 1987 en 8 juni 1987.

3) Zie mijn *Ondernemingsconcentratie*, 1971, hfst. 2.

4) *Hearings on economic concentration*, Part 7A, Washington, 1968.

5) *Fortune*, 11 mei 1987.

6) *The Economist*, 1 november 1986, op grond van onderzoek van de Economist Intelligence Unit.

7) *Dynamische markttheorie*, 1981, blz. 150.

8) Idem, blz. 95-97, alwaar het bewijs.