

# De economische theorie van marktwerking en het gedrag van organisaties

A. van Witteloostuijn\*

*De industriële organisatie houdt zich bezig met de werking van markten, en met de strategie bepaling van bedrijven die op een markt opereren. In dit artikel worden enkele 'capita selecta' uit het vakgebied behandeld. Speciale aandacht gaat daarbij uit naar de verklaring van de evolutie van marktstructuren en de karakteristieken van succesvolle ondernemingen. Bij wijze van illustratie worden voorbeelden uit de Nederlandse bedrijfstak accountancy gegeven.*

Vanaf de begintijd van de economische wetenschappen - denk maar aan de onzichtbare hand van Adam Smith - heeft de bestudering van de werking van markten en concurrentieprocessen een centrale plaats ingenomen<sup>1</sup>. Vaak in het kader van een algemene evenwichtstheorie, en steeds vaker ook in de vorm van een partiële analyse van één of meerdere markten. De partiële benadering staat bekend onder de naam industriële economie of organisatie<sup>2</sup>. Van oudsher is de theorie van marktstructuren het boegbeeld van deze deeldiscipline van de economische wetenschappen. Menig middelbaar scholier heeft - vaak tot zijn of haar ergernis - kennis gemaakt met de soepele werking van volledig vrije mededinging en de maatschappelijke consequenties van monopolie en oligopolie (vooral: te hoge prijzen). Veel oudere economen hebben het vakgebied leren kennen onder de, merkwaardige want (te) beperkte, naam prijstheorie, een belangrijk onderdeel van de micro-economie. Nog steeds worden onder het vaandel van de micro-economische theorie van het producentengedrag onderdelen van de industriële organisatie gepresenteerd. Maar de industriële organisatie is veel meer dan dat.

In dit artikel worden in vogelvucht enkele recente bijdragen van de industriële organisatie geschetst<sup>3</sup>. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen de bestudering van geaggregeerde marktwerking enerzijds en strategieën van individuele bedrijven anderzijds. Speciale aandacht gaat daarbij uit naar de verklaring van de evolutie van marktstructuren en de karakteristieken van succesvolle ondernemingen. Bij wijze van illustratie worden voorbeelden uit de Nederlandse bedrijfstak voor accountancy gegeven. Vooraf is het echter nuttig kort

aan te geven welke speerpunten van onderzoek tot op heden tot ontwikkeling zijn gebracht, en wat in de toekomst verder te verwachten valt.

## Verleden, heden en toekomst

Tot in de jaren zeventig van deze eeuw is de industriële organisatie gedomineerd geweest door het structuur-gedrag-pres-tatieraamwerk, waarbij de nadruk werd gelegd op empirisch onderzoek naar het wel en wee van bedrijfstakken<sup>4</sup>. In de laat-

\* De auteur is als hoogleraar bedrijfseconomie en directeur van MASTRICT Nexus of Organization Research verbonden aan de faculteit der Economische Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Limburg.

1. In dit verband is het illustratief dat in de moderne industriële organisatie de twee basisvormen van concurrentie - Bertrand- of prijsconcurrentie respectievelijk Cournot- of hoeveelhedenconcurrentie - die de fundamentele bouwstenen vormen van vrijwel alle moderne speltheoretische modellen van concurrentie, zijn genoemd naar twee pioniers uit de vorige eeuw (Cournot in 1838 en de verlate reactie daarop van Bertrand in 1883).
2. Een eenduidige Nederlandse vertaling van de Angelsaksische aanduiding heeft nooit ingang gevonden. Vooral het adjectief industrieel, als letterlijke vertaling van 'industrial', is verwarrend. Het Engelse 'industrial' betekent immers bedrijfstak en niet industrie ('manufacturing').
3. Daarmee volgt dit artikel op een groot aantal andere. Zie bij voorbeeld P. van Cayseele en H. Schreuder, Strategie bepaling door ondernemingen: een overzicht, *ESB*, 7 december 1988, blz. 1152-1159 en A. van Witteloostuijn, Externe organisatie en de moderne theorie van concurrentie, *Muandblad voor bedrijfsadministratie en bedrijfsorganisatie*, jg. 84, 1990, blz. 308-316. Deze twee overzichten benadrukken de raakvlakken tussen de algemeen-economische (industriële organisatie) en bedrijfseconomische (strategisch management) invulling van de deeldiscipline externe organisatie. In de onderhavige bijdrage worden andere accenten gelegd in de vorm van beide in de hoofdtekst aangegeven aandachtspunten.
4. F.M. Scherer en D. Ross, *Industrial market structure and economic performance*, Boston, Houghton Mifflin, 1990.

ste twee decennia heeft de moderne industriële organisatie de dominante plaats van het structuur-gedrag-prestatieraamwerk overgenomen. Deze moderne variant wordt gekenmerkt door een grote aandacht voor theorievorming met behulp van speltheoretische modellen<sup>5</sup>. Inmiddels beweegt de pendule (terecht) weer in de richting van meer empirisch onderzoek, waarbij pogingen worden ondernomen om de speltheoretische voorspellingen te toetsen aan de concurrentiepraktijk in bedrijfstakken<sup>6</sup>. De centrale dubbelvraag in de theoretische en empirische industriële organisatie is hoe het verloop en de uitkomst van concurrentieprocessen kunnen worden verklaard, en wat dergelijke processen betekenen voor de maatschappelijke welvaart. In dit artikel ligt het accent op de eerste deelvraag, met speciale aandacht voor het empirische onderzoek.

De moderne industriële organisatie heeft vooral een immense hoeveelheid specifieke modellen opgeleverd ter verklaring van de specifieke uitkomsten van concurrentie onder specifieke condities. Hierbij passeert een groot aantal onderwerpen de revue, variërend van verticale integratie tot samenwerking en van innovatie tot internationale handel. Het in 1989 verschenen *Handbook of Industrial Organization*, geredigeerd door de gerenommeerde industrieel economen Schmalensee en Willig, herbergt bijna dertig overzichtsartikelen die elk een helder beeld schetsen van de huidige stand van kennis met betrekking tot een specifiek onderwerp<sup>7</sup>. Twee kenmerkende voorbeelden van inzichten die deze cumulatie van modellen heeft opgeleverd en die in de komende decennia om verdere aandacht vragen, staan centraal in dit artikel<sup>8</sup>.

### Marktwerking: concentratie en dichtheid

Het eerste voorbeeld heeft betrekking op de evolutie van marktstructuren. Waarom evolueert de ene bedrijfstak tot een verzameling van ongeveer gelijkwaardige concurrenten, terwijl de andere na verloop van tijd een aantal dominante marktleiders genereert? Op basis van een tweetal dimensies - concentratie en dichtheid - kan een viertal marktstructuren worden gekarakteriseerd (tabel 1)<sup>9</sup>. Concentratie heeft betrekking op de omvangverdeling van bedrijven op een markt: een gangbare maat hiervoor is het gecumuleerde marktaandeel van de vier grootste ondernemingen (de zogenaamde  $C_4$ ). Met dichtheid wordt simpelweg het totale aantal ondernemingen op een markt bedoeld.

Geconcentreerde structuren zijn geassocieerd met monopolieën en oligopolieën, terwijl de gefragmenteerde structuur is gelieerd aan volledig vrije mededinging. De gelijkmatige marktstructuur is zeldzaam, en heeft nauwelijks aandacht gekregen<sup>10</sup>.

Op basis van de decennialange (speltheoretische) modellering van vooral oligopolieconcurrentie heeft Sutton (noot 6) een

indrukwekkende theoretische en vooral empirische studie uitgevoerd met de bedoeling te achterhalen waarom bedrijfstakken verschillende marktstructuren ontwikkelen. Centraal hierbij staat de rol van verzonken kosten. Verzonken kosten zijn het gevolg van onomkeerbare investeringen. Sutton concentreert zich op investeringen in productiecapaciteit en reclame-activiteiten. De omvang en aard van de verzonken kosten bepalen de concentratie en dichtheid van een markt. Het voorbeeld van het ontstaan van een duale marktstructuur is illustratief. Een duale marktstructuur kan het gevolg zijn van een gedifferentieerde reactie van consumenten op reclame-activiteiten. De argumentatie kan worden toegelicht met behulp van het voorbeeld van de Amerikaanse markt voor diepvriesproducten.

Deze markt kende in eerste instantie een gefragmenteerde marktstructuur. Een groot aantal kleine ondernemingen was verwickeld in een strijd om de gunst van de consumenten. Na verloop van tijd, met de opkomst van de televisie, begon een kleine groep bedrijven intensief te investeren in promotiecampagnes. Deze escalerende strijd om de aandacht van de consumenten ging gepaard met enorme en toenemende (verzonken) investeringen in reclame-activiteiten. Slechts een beperkt aantal bedrijven was in staat om deze kosten te dragen, en ontwikkelde na verloop van tijd een duurzame voorsprong op de 'achterblijvers'. Deze niet-adverterende ondernemingen richtten zich vervolgens op het marktsegment met consumenten die primair geïnteresseerd waren in lage prijzen. Het eindresultaat was een duale marktstructuur, die nog altijd bestaat. Een beperkt aantal grote marktleiders beheerst het segment met hoge prijzen en hoge reclamebudgetten, en een groot aantal kleine bedrijven concentreert zich op de marktnis met

5. J. Tirole, *The theory of industrial organization*, MIT Press, Cambridge, MA, 1988 en F.M. Fisher, *Games economists play: a noncooperative view*, *RAND Journal of Economics*, jg. 20, 1989, blz. 113-137.
6. Een overtuigend voorbeeld hiervan is J. Sutton, *Sunk costs and market structure: price competition, advertising, and the evolution of concentration*, MIT Press, Cambridge MA, 1991. Zie ook C. Shapiro, *The theory of business strategy*, *RAND Journal of Economics*, 1989, jg. 20, blz. 125-137.
7. R. Schmalensee en R.D. Willig (red.), *Handbook of Industrial Organization*, Amsterdam, North-Holland, 1989.
8. Natuurlijk kunnen ook andere voorbeelden worden uitgewerkt. Een derde thema dat nadere aandacht verdient, is multimarkt-concurrentie. Zie hiervoor bij voorbeeld A. van Witteloostuijn en M. van Wegberg, *Multimarket competition: theory and evidence*, *Journal of Economic Behavior and Organization*, jg. 18, 1992, blz. 273-282 en M. van Wegberg, *Capacity as a commitment instrument in multimarket competition*, in: A. van Witteloostuijn (red.), *Market evolution: competition and cooperation across markets and over time*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 1994, blz. 197-228.
9. Dit is een enge definitie van marktstructuur. De ruime definitie van marktstructuren laat toe ook nog andere elementen te introduceren, zoals produktdifferentiatie en toetredingsbelemmeringen (zie Scherer & Ross, op.cit). Hiervoor is het begrip marktform in zwang. Zie voor een overzicht van marktvormen A. van Witteloostuijn, *Theories of competition and market performance: multimarket competition and the source of potential entry*, *The Economist*, jg. 140, 1992, blz. 109-139.
10. Ter vereenvoudiging van de argumentatie worden in tabel 1 beide dimensies gedichotomiseerd. Natuurlijk betreffen het in de praktijk continue variabelen. Waar het om gaat is het relatieve niveau van concentratie en dichtheid. Het is bij voorbeeld denkbaar dat een gelijkmatige marktstructuur een hogere  $C_4$  vertoont dan een geconcentreerde markt. In het eerste geval, in tegenstelling tot het tweede, zijn echter alle bedrijven ongeveer even groot. De gelijkmatige marktstructuur is een vreemde eend in de bijt. Een voorbeeld is een betwistbare markt - dat wil zeggen: een markt zonder toe- en uittredingsbelemmeringen - waarbij de unieke minimale efficiënte schaal groot is ten opzichte van de omvang van de vraag, zodat slechts een beperkt aantal (bij voorbeeld 20) bedrijven van gelijke omvang levensvatbaar op de markt kan opereren (met, in het geval van 20 ondernemingen, een  $C_4$  van 20%).

Tabel 1. Vier marktstructuren

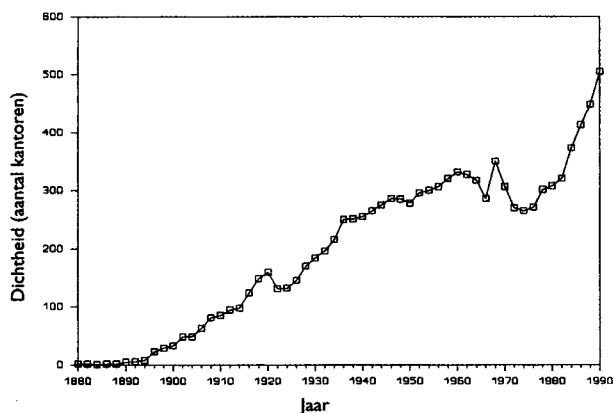
	Hoge dichtheid	Lage dichtheid
Hoge concentratie	Duale marktstructuur	Geconcentreerde marktstructuur
Lage concentratie	Gefragmenteerde marktstructuur	Gelijkmatige marktstructuur

lage prijzen zonder promotie-activiteiten. De middelgrote ondernemingen hebben de concurrentie van zowel de grote als de kleine ondernemingen gevoeld en zijn daaraan ten onder gegaan, terwijl de grote en kleine ondernemingen elkaar (hebben) weten te ontlopen<sup>11</sup>.

Op de Amerikaanse markt voor diepvriesproducten is het een combinatie van drie factoren geweest - gedifferentieerde reactie op reclame, escalerende verzonken investeringen in promotie en geringe schaalvoordelen in productie - die heeft geleid tot een duale marktstructuur. Een Nederlands voorbeeld is de markt voor accountancy. In figuur 1 staat het verloop van concentratie en dichtheid in het tijdvak 1880-1990 weergegeven<sup>12</sup>.

Vooraf in de afgelopen vijftienvintig jaar is een opvallende ontwikkeling zichtbaar: de concentratiegraad en dichtheid lopen gelijktijdig op. Met andere woorden: naast een beperkt aantal steeds groter wordende marktleaders bestaat een groeiende marktnis met zeer veel kleine kantoren. De bedrijfstak voor accountancy wordt in toenemende mate gekenmerkt door een duale marktstructuur. Voor deze ontwikkeling kunnen ten minste twee mogelijke verklaringen worden aangedragen: (i) de accountancymarkt volgt slechts een dualisering van de markten van de klantengroepen; en (ii) nieuwe wetgeving inzake verplichte winkelnering (met name in de sfeer van de goedkeuring van jaarrekeningen door gekwalificeerde externe accountants) heeft een duale vraag van grotere en kleinere organisaties geïnstitutionaliseerd.

Figuur 1. Aantal accountantskantoren in Nederland, 1880-1990



Het (vooral empirische) onderzoek naar de ontwikkeling van marktstructuren - laat staan marktvormen - staat helaas nog in de kinderschoenen. Een uitdaging voor de komende jaren is om de kennis te vergaren omtrent het hoe en waarom van deze uiteenlopende marktevoluties. De dynamiek van marktwerking kan echter niet worden begrepen zonder inzicht in de determinanten van de onderliggende processen van groei en krimp plus toe- en uittreding. Daarover gaat het tweede voorbeeld.

### Organisatiegedrag: overleven of sterven

Het tweede voorbeeld richt zich op een lager niveau van analyse: de individuele onderneming. Waarom is het ene bedrijf

Tabel 2. Menselijk kapitaal en overleving van accountantskantoren

variabelen	metingen	continueringen	vervlechtingen	diaspora
Omvang	aantal RA's	1,74	4,41	9,11
Opleiding	proportie RA's met academische opleiding	0,31	0,42	0,34
Ervaring	proportie RA's met ervaring binnen of buiten de bedrijfstak	0,55	0,77	0,98

A) Van de 100 toetreders in de jaren 1970-1975 zijn overigens 22 kantoren verdwenen ten gevolge van de pensionering of het overlijden van de betrokken RA's.

succesvol en het andere niet? Deze vraag kan worden toegespitst op groei en krimp of toe- en uittreding van ondernemingen<sup>13</sup>. In dit artikel wordt bij wijze van illustratie voor de tweede invalshoek gekozen: waarom overleeft de ene onderneming, terwijl het andere bedrijf kopje onder gaat? Op deze vraag zijn vanuit de industriële organisatie nog maar weinig antwoorden gegeven. In de loop van de jaren tachtig is een beperkt aantal industrieel-economische modellen verschenen die zich richten op het verklaren van uittreding<sup>14</sup>. Deze theoretische exercities hebben grosso modo twee resultaten opgeleverd. Het eerste is een nadere uitwerking van de 'oeroude' gedachtegang dat efficiënte bedrijven overleven ten koste van hun inefficiënte rivalen. Het tweede is verrassender: in een krimpende markt zonder dominante schaalvoordelen voelen grote ondernemingen zich eerder gedwongen de markt te verlaten dan hun kleine concurrenten.

De schaarse empirische studies hebben zich vooral gericht op het verklaren van bedrijfstakverschillen in termen van toe- en uittredingsvoeten. De mate waarin een bedrijfstak wordt geconfronteerd met komende en vertrekkende bedrijven hangt bij voorbeeld af van de omvang van de minimale efficiënte schaal en de innovatie-intensiteit. In het jargon van de industrieel econoom: de hoogte en aard van de toe- en uittredingsbelemmeringen bepalen het tempo waarin en de omvang waarmee bedrijven de markt penetreren en verlaten<sup>15</sup>. Slechts weinig industrieel-economisch onderzoek heeft zich tot dus-

- Zie hierover bij voorbeeld: W.P. Boeker, Organizational strategy: an ecological perspective, *Academy of Management Journal*, jg. 34, 1991, blz. 613-635. De vraag wie met wie concurreert staat ook centraal in het onderzoek naar multimarkt-concurrentie, zie noot 8.
- Een uitgebreide beschrijving van de data is te vinden in S.J. Maijor, W.F.J. Buijink, A. van Witteloostuijn en M.W.H. Zinken, *Long-term concentration in the Dutch audit market: the use of auditor association membership lists in historical research*, Research Memorandum MARC-RM-1993/019, Maastricht, Rijksuniversiteit Limburg, 1993. Zie ook A. van Witteloostuijn, *Laat duizend bloemen bloeien: tolerantie in en rond organisaties*, Academic Service, Schoonhoven, 1994.
- Een voorbeeld van een industrieel-economische studie naar groei en vooral krimp van bestaande ondernemingen is R.E. Caves, M. Fortunato en P. Ghemawat, The decline of dominant firms: 1905-1929, *Quarterly Journal of Economics*, jg. 99, 1984, blz. 523-546. In het algemeen kan overigens worden gesteld dat toetreding en groei aanmerkelijk meer aandacht hebben gekregen dan uittreding en krimp.
- Voor een overzicht zie A. van Witteloostuijn en A. van Lier, *Bridging behavioral and economic theories of decline: organizational inertia, strategic competition and chronic failure*, Research Memorandum, Maastricht: Rijksuniversiteit Limburg/MANOR.
- Voor overzichten zie Geroski, P., R.J. Gilbert en A. Jacquemin, *Barriers to entry and strategic competition*, Harwood Academic Publishers, Londen, 1990, en A. van Witteloostuijn, Toe- en uittredingsbelemmeringen: strategieën in groeiende en krimpende markten, in S. Douma (red.), *Ondernemingsstrategie*, Kluwer Bedrijfswetenschappen, Deventer, 1993, blz. 133-164.

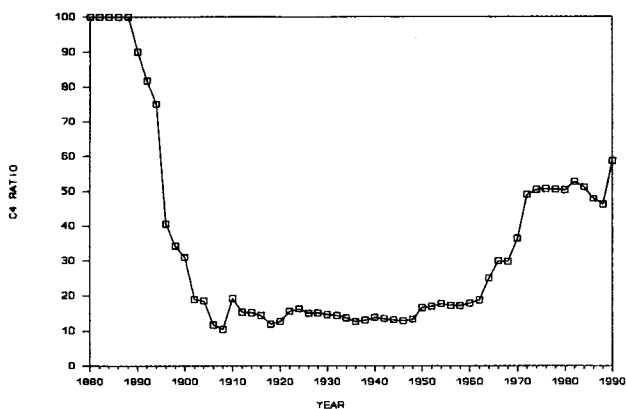
verre echter bezig gehouden met het verklaren van succes of falen van individuele ondernemingen.

Een interessante verdieping van de studie naar de succes- en faalfactoren van vooral nieuwe ondernemingen is de introductie van variabelen die betrekking hebben op het menselijk kapitaal van ondernemers en personeel. Van deze benadering is de bijdrage van Bates één van de weinige voorbeelden in de economische literatuur<sup>16</sup>. Zijn bevinding is, volgens verwachting, dat succesvolle nieuwe bedrijven zijn opgericht door ondernemers met grosso modo meer scholing en meer ervaring dan hun falende collega's. Het verband met leeftijd is niet-lineair: jongere en oudere starters hebben een geringere slaagkans dan nieuwelingen van middelbare leeftijd.

De Nederlandse bedrijfstak voor accountancy kan weer ter illustratie dienen<sup>17</sup>. In tabel 2 staan de gemiddelden van een drietal eigenschappen van 78 kantoren, die in de periode 1970-1975 tot de markt zijn toetreden, weergegeven in relatie tot hun status in 1992. De nadruk ligt op de kenmerken van het menselijk kapitaal van het personeel - de registeraccountants (RA's) - ten tijde van de oprichting.

In 1992 kan blijken dat de kantoren nog steeds bestaan (continueringen), zijn gefuseerd of overgenomen (vervlechtingen) of uiteen zijn gevallen (diaspora). Een analyse van de verschillen tussen de drie categorieën geeft een beter inzicht in het concurrentieproces binnen de Nederlandse bedrijfstak voor accountancy.

Figuur 2. Concentratiegraad (C4) van accountantskantoren in Nederland



Drie verschillen vallen op: (i) kantoren die in 1992 nog altijd bestaan, waren bij oprichting beduidend kleiner dan de rivaal die zijn verdwenen ten gevolge van vervlechtingen of diaspora; (ii) het personeel van de vervlechtingen was bij toetreding hoger geschoold; en (iii) de uiteengevallen kantoren hadden ten tijde van hun start de beschikking over RA's met duidelijk meer ervaring. Deze bevindingen suggereren dat de bedrijfstak voor accountancy trekken vertoont van een arbeidsmarkt. Een mogelijke interpretatie van de gevonden verschillen verloopt als volgt. Kleine kantoren blijven bestaan bij gebrek aan beter: de betrokken RA's kunnen ten gevolge van hun lagere opleiding en geringere ervaring moeilijke carrière maken bij grotere ondernemingen. Voor ervaren RA's is het werken bij een kleiner kantoor slechts een tussenstap in

Tabel 3. Duale concurrentie op de accountancymarkt

	Kleine toetreders	Grote toetreders
Concentratie bij toetreding	0,05	-0,28
Dichtheid bij toetreding	-0,06	0,36

Kantoren die van de markt zijn verdwenen ten gevolge van diaspora, zijn buiten de analyse gehouden (aangezien in deze categorie geen kleine bedrijven zijn te vinden).

hun loopbaan: na enige tijd vervolgen zij hun carrière elders. De hooggeschoolde RA's, ten slotte, vinden via vervlechtingen hun weg omhoog op de carrièreladder van de grotere kantoren.

Het voorbeeld van de accountancymarkt heeft hopelijk duidelijk gemaakt dat een nadere analyse van bedrijfstakken op het niveau van de verklaring van het succes en falen van de betrokken individuele bedrijven dieper inzicht kan genereren in het verloop van concurrentieprocessen. In het onderhavige geval bleek bij voorbeeld dat de ontwikkelingen aan de aanbodzijde van de produktmarkt voor accountancydiensten voor een belangrijk deel verklaard kunnen worden door in te zien dat deze bedrijfstak zich ook (vooral?) gedraagt als een arbeidsmarkt voor RA's. Ook op dit terrein van de verklaring van het succes van individuele ondernemingen staat de industriële organisatie nog aan het begin van een lange en boeiende weg.

### De samenhang tussen organisatie en markt

Aan de hand van het voorbeeld van de accountancymarkt kan ook worden geïllustreerd dat het eerste (de evolutie van marktstructuren) en tweede (succesfactoren van ondernemingen) voorbeeld - en daarmee beide niveaus van analyse - nauw met elkaar samenhangen. De evolutie van een markt en het (gebrek aan) succes van de ondernemingen op die markt beïnvloeden elkaar wederzijds. Een marktstructuur ontstaat als gevolg van toe- en uittreding en groei en krimp van de betrokken bedrijven; het (gebrek aan) succes van individuele ondernemingen wordt mede bepaald door de vigerende marktstructuur. In het kader van de voorbeelden in dit artikel: wat betekent een duale marktstructuur voor de concurrentieverhoudingen aan de ene kant en de succeschansen van nieuwkomers aan de andere? In tabel 3 staan de correlaties vermeld tussen de slaagkans van grote (> 1 RA) en kleine (één

16. T. Bates, Entrepreneur human capital inputs and small business longevity, *Review of Economics and Statistics*, jg. 72, 1990, blz. 551-559. Dit is overigens een typisch voorbeeld van een terrein waarop progressie kan worden geboekt door integratie na te streven met aanpalende niet-economische disciplines. Zie bij voorbeeld de studie van P. Preisdörfer en T. Voss, Organizational mortality of small firms: the effects of entrepreneurial age and human capital, *Organization Studies*, jg. 11, 1990, blz. 107-128. Naast het menselijk kapitaal is natuurlijk een groot aantal andere factoren van invloed op de succeschansen van nieuwe toetreders. In de slotparagraaf van dit artikel staat bij wijze van illustratie één andere factor beschreven: concentratie en dichtheid op het moment van toetreding.

17. C. Boone en A. van Witteloostuijn, *Industry competition and firm human capital: the cases of the Flemish furniture and Dutch audit industries*, Research Memorandum, Rijksuniversiteit Limburg/MANOR, Maastricht, 1994, te verschijnen in *Small Business Economics* jg. 7, 1995.

RA) nieuwkomers enerzijds en concentratie en dichtheid op het moment van toetreding anderzijds.

De kans op succes van een kleine toetreders wordt negatief beïnvloed door de dichtheid op het moment van oprichting, terwijl de succeskans van grote nieuwkomers negatief samenhangt met de concentratie bij toetreding. Deze bevinding lijkt erop te wijzen dat succes en falen van kleine kantoren afhangt van de concurrentie met eveneens kleine kantoren, terwijl de grote ondernemingen onderling uitvechten wie wel en wie geen successen weet te boeken. De duale marktstructuur uit zich ook in duale concurrentieverhoudingen.

### **Tot besluit**

Bevindingen op basis van industrieel-economisch onderzoek kunnen nuttige informatie opleveren voor bedrijven en overheden. Het standaardvoorbeeld vanuit het perspectief van de overheid is het mededingingsbeleid. Kennis van de relatie tussen marktstructuren en concurrentieverhoudingen is onmisbaar bij de beoordeling of mededingingsmaatregelen wel of niet kunnen leiden tot verbeteringen van marktprestaties.

Maar ook voor het werkgelegenheidsbeleid kan industrieel-economische kennis van nut zijn: wat bepaalt de succesansen van starters? Ook bedrijven kunnen baat hebben bij industrieel-economische informatie. De inzichten omtrent de succes- en faalkansen van nieuwkomers kunnen bijvoorbeeld worden gebruikt door ondernemers of bedrijven die toetreding tot een markt overwegen.

Een artikel als dit kan niet anders dan een persoonlijke invulling krijgen. Daarvoor is het vakgebied te omvangrijk, het aantal mogelijke onderwerpen te groot. Mijn Tilburgse collega Van Damme zou ongetwijfeld de nadruk hebben gelegd op de bijdrage van de speltheorie; mijn Groningse collega Nooteboom zou vermoedelijk een centrale plaats hebben ingeruimd voor een bespreking van het onderzoek naar innovatiegedrag; mijn Amsterdamse collega Uitermark zou waarschijnlijk het accent hebben gelegd op de implicaties voor het mededingingsbeleid; enzovoorts. Mede daarom is de industriële organisatie ook zo'n boeiend vak. En dat zal in de komende decennia niet veranderen.

**Arjen van Witteloostuijn**