



Marktwerving en groei

Auteur(s):

Bergeijk, P.A.G., van

De auteur is werkzaam bij de UBS Group economic research, Zwitserland, en OCFEB, Erasmus universiteit Rotterdam.

Verschenen in:

ESB, 85e jaargang, nr. 4252, pagina 335, 21 april 2000

Rubriek:

Uit de vakliteratuur

Trefwoord(en):

macro-economie

De invloed van verbeterde marktwerving op de economische activiteit heeft onder Nederlandse economen in de eerste helft van de jaren negentig behoorlijk veel aandacht gekregen. In het algemeen toonden de onderzoeken aan dat Nederland destijds wat marktwerving betreft in de staartgroep bungelde en dat een betekenisvolle welvaartswinst in termen van werkgelegenheid, inflatie en productiviteit bereikt zou kunnen worden ¹. De desbetreffende empirische onderzoeken werden meestal binnen traditionele macro-econometrische modellen verricht en derhalve werd vooral inzicht geboden in de invloed van marktwerving op het niveau van de productie (de statische doelmatigheid) en niet op de *groei* daarvan (de dynamische doelmatigheid). Het vraagstuk van de dynamische doelmatigheid is echter zeer relevant omdat het daarbij uit de aard der zaak om een voortdurende verbetering van de economische prestaties gaat en dus op lange termijn een belangrijkere bijdrage behelst voor de welvaart van een land. Internationale empirische onderzoeken op het niveau van bedrijven, respectievelijk bedrijfstakken hebben concurrentie geïdentificeerd als de belangrijkste drijvende kracht voor innovatie. Op micro- en mesoniveau dwingt concurrentie innovatie af en dit is een bron voor voortdurende groei. Een tot nu toe onbeantwoorde vraag is of deze bevinding ook op macroniveau terug te vinden is.

Een recente studie van Dutz en Hayri neemt de effectiviteit van het marktwervingstoezicht als maatstaf voor de mate van marktwerving. In een dwarsdoorsnede onderzoek voor een groep van ruim honderd landen komt een betekenisvolle correlatie tussen marktwervingsindicatoren en de groei van het bruto nationaal product per hoofd naar voren ².

De in dit onderzoek gevolgde benadering start met een model waarin de economische groei in de jaren 1986-1995 wordt verklaard uit de mate van openheid, het beschikbare menselijke kapitaal, de investeringsquote en het initiële ontwikkelingsniveau. Vervolgens trachten de auteurs de resttermen van dit geschatte kernmodel econometrisch te verklaren uit variabelen die de kwaliteit van het mededingingsbeleid operationaliseren. Hierbij bestuderen ze de invloed van drie soorten variabelen.

De eerste groep variabelen meet de effectiviteit van het mededingingsbeleid. De belangrijkste meetinstrumenten zijn een enquête onder drieduizend topmanagers in 53 landen waarbij gevraagd werd of het mededingingsbeleid in hun land concurrentie metterdaad bevordert, en vertrouwelijke inschattingen van beleidsanalisten van de Wereldbank terzake de mate waarin anti-concurrentieel gedrag effectief wordt tegengegaan door mededingingsbeleid.

De tweede groep variabelen meet de mate waarin de volkshuishouding door concentratie op macroniveau wordt gekenmerkt. Dutz en Hayri kijken daarbij zowel naar kengetallen die marktdominantie indiceren als naar meer kwalitatieve gegevens die bijvoorbeeld worden ontleend aan het *World competitiveness* report. De derde groep variabelen meet de mate waarin markten *toegankelijk* zijn voor nieuwe ondernemingen aan de hand van de leeftijd van de belangrijkste ondernemingen in een land en van het in een land voor handen zijnde ondernemerschap.

De auteurs laten een spervuur aan econometrische tests los op de door hen verzamelde gegevens om zo de robuustheid van de empirische bevindingen te onderzoeken. Het belangrijkste instrument hierbij is de zogenoemde analyse van de extreme grenzen, waarmee wordt nagegaan of coëfficiënten stabiel en significant blijven indien de groep van waarnemingen en/of de groep van mogelijk verklarende variabelen wordt gevarieerd (overigens leidt de grote heterogeniteit van de bronnen, die steeds wisselende groepen van landen dekken, al vanzelf tot een grote mate van inzicht in de robuustheid van de resultaten). Daarnaast onderzoeken ze alternatieve hypothesen, zoals de gedachte dat de effectiviteit van mededingingsbeleid een benadering zou kunnen zijn voor de kwaliteit van het openbare bestuur. Telkens weer blijkt echter dat de kwaliteit van de marktwerving een eigenstandige invloed op de economische activiteit uitoefent.

De variabelen die de effectiviteit van het mededingingstoezicht operationaliseren doorstaan het econometrische spervuur het beste: Dutz en Hayri vinden een toename van 0,6 tot 1,2 procentpunt in de groei van het bnp per hoofd indien de variabele die zij gebruiken om effectiviteit van het mededingingstoezicht te operationaliseren, met één maal zijn standaarddeviatie toeneemt.

Ofschoon het onderzoek geen uitspraak rechtvaardigt over de causaliteit van de samenhang (landen met een hogere welvaart kunnen bijvoorbeeld meer middelen hebben om het toezicht op de marktwerving te financieren) is de statistische samenhang interessant, niet zozeer omdat het hierbij gaat om een economische rechtvaardiging achteraf voor de intensivering van het Nederlandse mededingingsbeleid in de tweede helft van de jaren negentig, alswel omdat dit een belangrijke stimulans kan vormen de Schumpeteriaanse hypothese dat marktmacht vereist is voor innovatie en groei, opnieuw door te denken

1 Zie R.C.G. Haffner, Marktwerking in Nederland: diagnose en consequenties, *Maandschrift Economie*, 1997, blz. 308-327, voor een overzicht.

2 M. Dutz en A Hayri, *Does more intense competition lead to higher growth?*, CEPR discussion paper 2249.