



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Marktfalen bij tussenpersonen: Onderzoek naar marktfalen in de intermediaire bedrijfstak voor financiële dienstverlening

de Jong, A.J.

Publication date
2010

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

de Jong, A. J. (2010). *Marktfalen bij tussenpersonen: Onderzoek naar marktfalen in de intermediaire bedrijfstak voor financiële dienstverlening*. [, Universiteit van Amsterdam]. Uitgeverij Paris.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Hoofdstuk 2

SGR-paradigma

Het SGR-paradigma, Structuur-Gedrag-Resultaat-paradigma, legt verbanden tussen de marktstructuur, het gedrag van ondernemingen binnen die marktstructuur en de resultaten die worden bereikt binnen die markt. Voor het SGR-paradigma als primair analysemodel is gekozen, omdat voor dit onderzoek marktfalen als een negatief marktresultaat wordt verondersteld waarbij de rol van het intermediair een structurele is. Dit model biedt dan ook een goed kader om een nadere analyse te kunnen maken van het functioneren van de intermediaire bedrijfstak. Aan de hand van die analyse worden antwoorden geformuleerd op de onderzoeksvragen van dit proefschrift en kunnen de oorzaken van het mogelijk falen van deze markt worden doorgrond.

De industriële organisatie-theorie (IO-theorie) heeft als kerngedachte dat de marktstructuur, het marktgedrag en de marktprestaties met elkaar samenhangen. Het Structure-Conduct-Performance-paradigma wordt binnen de IO-theorie meestal centraal gesteld. Voor dit proefschrift wordt gebruikgemaakt van de Nederlandse vertaling, Structuur-Gedrag-Resultaat-paradigma. Als grondleggers van het SGR-model worden Bain en Mason beschouwd. Mason (1939) bedacht het model en Bain (1959) bedacht de naam voor het uiteindelijke model.

Mason hield zich bezig met het zoeken naar structurele kenmerken die betrekking hadden op markten en ondernemingen. Aan de hand van die kenmerken werd getracht het gedrag en het resultaat van een markt en de ondernemingen binnen die markt te verklaren. Mason definieerde een bedrijfstak als volgt: '(...) the industry so conceived is a grouping of firms on the basis of a similarity both to products and of production processes' (Mason, 1957: 6). Dat betekent dat Mason veronderstelde dat een bedrijfstak alleen bestaat uit bedrijven die dezelfde producten via hetzelfde productieproces produceren. Vanwege die benadering wordt de theorie van Mason ook wel de statische benadering genoemd. Dynamiek van een markt lijkt in de benadering van Mason geen rol te spelen, evenals keuzevrijheid en eigen initiatief van ondernemers. Daarmee biedt de benadering van Mason wel ruimte om iets te zeggen over verschillen tussen bedrijfstakken, maar niet over verschillen tussen individuele ondernemingen. Juist het gedrag van individuele ondernemingen binnen de intermediaire bedrijfstak is van invloed op het functioneren van de bedrijfstak als geheel. Vandaar dat de visie van alleen Mason voor dit proefschrift niet volledig is.

In de visie van Mason werd het oorzakelijk verband tussen structuur, gedrag en prestaties als eenrichtingsverkeer opgevat: de structuur van de markt bepaalt het

gedrag van de markt, dat op zijn beurt weer bepalend is voor de prestaties die door de bedrijven op die markt worden gerealiseerd. Door Bain (1959: 295) wordt dit oorzakelijk verband als volgt beschreven:

‘In a priori theory (...) we may envisage a three-stage sequence of causation from market structure to market conduct to resulting market performance. That is, structure is systematically associated with conduct, or determines what conduct will be; conduct, as determined by structure, determines what performance will be; therefore, structure is associated systematically with performance by the links of its systematic association to conduct, and of that of conduct to performance.’

Vanuit deze beredenering wordt er een causaal verband gelegd tussen marktstructuur en marktprestaties. Bain besluit vervolgens om niet dieper in te gaan op de rol van marktgedrag binnen het paradigma, terwijl dat voor de intermediaire bedrijfstak juist een aspect is dat reden is voor verondersteld marktfalen. Immers, de overheid heeft (in 2006) gemeend de intermediaire bedrijfstak te moeten reguleren via het Besluit gedragstoezicht financiële ondernemingen (Bgfo) als onderdeel van de Wft.

Bain concentreerde zich met name op de kenmerken van de marktstructuur. Hij veronderstelde dat een hoge concentratiegraad tot hogere winsten leidt. Daarbij zorgen hoge toetredingsbarrières ervoor dat concentratie gemakkelijker wordt en een grote mate van productdifferentiatie leidt tot het ontstaan van submarkten en uiteindelijk hogere winsten. Bain omschrijft het SGR-paradigma als volgt.

<i>Structure</i>	The degree of seller and buyer concentration, the degree of product differentiation, the condition on entry
<i>Conduct</i>	The price and output decisions, predatory and exclusionary tactics (established and potential competitors), the determination of sales promotion outlays and product designs
<i>Performance</i>	The degree of productive efficiency, the price-cost margins and profit rates, the size of sales-promotion costs

(Bain, 1959: 8, 267, 342)

Bain gaat ervan uit dat het marktgedrag wordt bepaald door de marktstructuur en dat er ook een directe relatie is tussen marktstructuur en marktperformance. Daarmee laat Bain marktgedrag buiten beschouwing als mogelijke oorzaak voor het behaalde marktresultaat.

Een van de volgelingen van Bain die het deterministisch verband van het SGR-paradigma beschrijft, is Caves (1964). Caves schrijft:

‘Market structure is important because it determines the behavior of firms in the industry, and that behavior in turn determines the quality of the industry’s performance’ (1964: 16).

Caves stelt dat bedrijven niet of nauwelijks in staat zijn om de marktstructuur te veranderen. Tevens stelt hij dat de marktstructuur door de tijd ook niet of nauwelijks aan veranderingen onderhevig is. Door deze statische benadering gaat ook Caves grotendeels voorbij aan de rol van marktgedrag in relatie tot de marktstructuur en de resultaten van de bedrijfstak.

Zowel Bain als Caves gaat uit van een statische benadering van het SGR-paradigma. Beide auteurs geven geen verklaring voor veranderingen die zich in de tijd voordoen. Het gedrag van ondernemers (individueel en collectief) speelt geen rol bij Bain en Caves. De intermediaire bedrijfstak wordt beheerst door het gedrag van individuele ondernemers. En ook de structuur van de markt kent een zekere dynamiek, bijvoorbeeld ten aanzien van de toetredingsbarrières (toezicht) en de beloningsstructuur (het ontstaan van andere beloningsvormen naast provisie). De klassieke benadering van de industriële organisatie volstaat dan ook niet om een goede analyse van de intermediaire bedrijfstak te kunnen maken.

Ten aanzien van het SGR-paradigma zijn er verschillende critici die de werking van het model in twijfel trekken. Met name de statische en deterministische benaderingen worden bekritiseerd, omdat de keuzevrijheid van ondernemers en het gedrag van ondernemers binnen een bedrijfstak onderbelicht blijven. Er wordt geen verklaring gegeven voor de dynamiek binnen een markt. Dat doen wel enkele economen binnen de New Industrial Organization, zoals Jacquemin (1987), De Jong (1990) en Schumpeter (1954).

Jacquemin maakt onderscheid tussen de Klassieke Industriële Organisatie en de Nieuwe Industriële Organisatie. De Nieuwe Industriële Organisatie hecht veel waarde aan strategisch gedrag, waarbij het gedrag van de markt ook de structuur van de markt kan beïnvloeden. Zo kan de concentratiegraad worden beïnvloed door het aangaan van fusies en overnames, en kan productdifferentiatie ontstaan door de inzet van reclame en marketing (Rogier, 1998). Het meenemen van gedrag in de IO-theorie wordt ook wel de dynamische markttheorie genoemd. De Jong (1990) maakt het onderscheid tussen een industrie volgens de klassieke IO-theorie en de marktbenadering volgens de dynamische theorie, waarbij bij markten de relatie tussen vraag en aanbod beter tot uitdrukking komt.

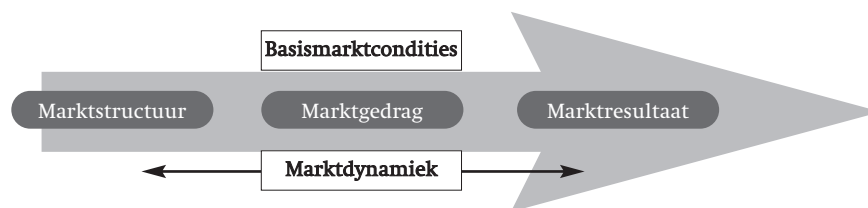
Schumpeter (1954) was de auteur die gedrag van ondernemers relateerde aan economische ontwikkeling en daarmee ook aan het marktresultaat als beschreven in het SGR-paradigma. Schumpeter gaat ervan uit dat markten per definitie imperfect zijn en dus falen. Daarbij benoemt Schumpeter expliciet dat informatie nooit perfect is, wat ertoe leidt dat innoverende ondernemers kansen zien als gevolg van het bestaan van deze marktimperfecties. Het bestaan van intermediairs in de financiële sector onderschrijft de visie van Schumpeter. Ondernemers hebben volgens Schumpeter als doel het maken van winst, wat nodig is om te kunnen innoveren en concurreren.

Dynamische theorieën besteden veel aandacht aan het aspect van concurrentie binnen een markt. Door de statische benadering van het SGR-paradigma en het feit dat het paradigma de marktstructuur als primaire uitgangspunt hanteert voor gedrag en resultaat, is er volgens critici onvoldoende ruimte voor andere resultaatverhogende aspecten, zoals bedrijfsbronnen, kerncompetenties en besluitvormingsprocessen. Deze aspecten worden wel meegewogen in modellen uit de strategisch-managementliteratuur. Vanuit de strategisch-managementliteratuur, met auteurs als Porter en Demsetz, wordt betoogd dat het concurrentieaspect binnen een bedrijfstak in veel gevallen van grotere invloed is op de marktresultaten dan de marktstructuur. Binnen concurrerende processen kunnen meerdere marktstructuren bestaan. Daarom besteed ik extra aandacht aan het element concurrentie bij de analyse van de marktstructuur.

Porter (1980) gaat in zijn analyses uit van de individuele ondernemer. Porter gaat ervan uit dat bedrijven de marktstructuur kunnen veranderen. Bij de relatie tussen gedrag en structuur gaat zowel De Jong (1990) als Porter uit van individuele keuzevrijheid bij ondernemers. De Jong geeft hiervoor drie marktcoördinatiemechanismen, te weten concurrentie, samenwerking en concentratie. De diverse marktcoördinatiemechanismen worden door ondernemers ingezet om het resultaat te verbeteren. Daarbij gaat De Jong er ook van uit dat er bepaalde factoren van structurele aard kunnen zijn die de afwegingen van ondernemers beïnvloeden.

In het kader van dit proefschrift is de statische benadering van het SGR-paradigma onvoldoende. De dynamiek en het gedrag van de markt dienen terdege te worden meegewogen in de analyse van de bedrijfstak. Daarbij speelt concurrentie een belangrijke rol. Vanuit deze overwegingen wordt in dit proefschrift een analyse gemaakt van de intermediaire bedrijfstak aan de hand van de dynamische theorie van Industriële Organisatie.

Het SGR-paradigma kan als volgt schematisch worden weergegeven.



Dit paradigma wordt in dit proefschrift gebruikt om de markt voor het intermediair te beschrijven en de werking van de markt, inclusief het ontstaan van mogelijk marktfalen, te begrijpen. De invulling van het SGR-paradigma, uitgaande van de dynamische theorie, is weergegeven in onderstaande tabel en wordt nader uitgewerkt in dit proefschrift.

<i>Basismarktcondities</i>	<ul style="list-style-type: none"> Relatie intermediair-aanbieder Juridische positie Regelgeving
<i>Structuur</i>	<ul style="list-style-type: none"> Concentratie en concurrentie Toetredingsdrempels Mate van productdifferentiatie Beloningsstructuur Technologie
<i>Gedrag</i>	<ul style="list-style-type: none"> Samenwerking met aanbieders Organisatieslack Prijsvorming Concurrentiebeperkend beleid Investeringsgedrag Kwaliteitsbevorderend beleid Strategisch gedrag
<i>Resultaat</i>	<ul style="list-style-type: none"> Winstgevendheid Klanttevredenheid Groei Kwaliteit Welvaartsverlies
