

**30
1987**

Rapporten
aan de Regering

Op maat van het midden- en kleinbedrijf

deel 2
Preadviezen

A.F.M. Nijsen
B. Nooteboom
C.W. Kroezen
J.J. Godschalk
J. Buursink

**CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN
HAAG**

Op maat van het midden- en kleinbedrijf

Op maat van het midden- en kleinbedrijf / [Wetenschappelijke
Raad voor het Regeringsbeleid]. - 's-Gravenhage:

Staatsuitgeverij

dl. 2. / door A.F.M. Nijsen...[et.al] - (Rapporten aan de
regering / Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid:

30)

ISBN 90 12 05571 7

SISO 360.9 UDC 65.017.02/.3(492)

Trefw.: midden- en kleinbedrijf; Nederland.

ISBN 90-12-05571-7

INHOUDSOPGAVE

WOORD VOORAF	5	4.2.1	Het aandeel van de detailhandel in de consumptieve bestedingen	117
SAMENVATTING	7	4.2.2	Conjuncturele invloed op de detailhandel	119
1. DOEN EN LATEN VAN HET MKB	17	4.2.3	De consumenten	121
1.1 Inleiding	17	4.2.4	Het consumentengedrag	123
1.2 Ondernemerschap	17	4.2.5	De invloed van de technologie op het detailhandelsassortiment	124
1.2.1 Motivatie en oriëntatie van de ondernemer	18	4.3	Veranderend beeld van de detailhandel	125
1.2.2 Functioneren van de ondernemer	20	4.3.1	Van discount tot speciaalzaak	125
1.2.3 Informatie en communicatie	22	4.3.2	Branchevervaging	127
1.3 Bedrijfskenmerken	24	4.3.3	Grootwinkelbedrijf versus kleinbedrijf	128
1.3.1 Schaafeffecten	25	4.3.4	Wat is nog een zelfstandige ondernemer?	130
1.3.2 Kleinbedrijf	27	4.4	Marktpartijen en marktstructuren	133
1.3.3 Middenbedrijf	30	4.4.1	'Economies of scale'	133
1.4 Mogelijke bijdragen van het mkb	31	4.4.2	Relatie detailhandel, groothandel, industrie	137
1.4.1 Bijdragen aan markt en vernieuwing	33	4.4.3	Spreading van het winkelapparaat	140
1.4.2 Bijdragen aan werkgelegenheid en samenleving	37	4.4.4	'Bijzondere' detailhandelsvormen	143
1.5 Realisatie van het mkb-potentieel	40	4.5	Toekomstige ontwikkelingen	145
1.5.1 Sterke en zwakke punten	40	4.5.1	Automatisering in de detailhandel	145
1.5.2 Dynamische complementariteit	42	4.5.2	Komen er consumenten in de kou te staan?	151
		4.5.3	Bestedingen van etnische groepen	153
		4.6	Conclusies en aanknopingspunten voor beleid	154
		4.6.1	Conclusies	154
2. PLAATS EN FUNCTIE VAN HET MKB	49	4.6.2	Sector- en schaalbeleid	155
2.1 Inleiding	49	4.6.3	Samenhang tussen mkb en grootbedrijf	158
2.2 Wat te verstaan onder het mkb	50	4.6.4	Inkomensbeleid	159
2.3 De plaats van het mkb in de nationale economie	52	4.6.5	Scholing/kennis/advies	159
2.3.1 Het aantal ondernemingen	52			
2.3.2 Productie, arbeidsproductiviteit en arbeidsvolume	53			
2.3.3 De kostenstructuur	56			
2.4 De functies van het mkb in de nationale economie	58	5. DE COMMERCIELE PERSOONLIJKE DIENSTVERLENING		
2.4.1 De sectorstructuur nader bezien	58	Inleiding	163	
2.4.2 De afzetstructuur	61	5.1		163
2.5 Kenmerken van de beroepsbevolking	63	5.2	Enkele beschouwingen over het wezen van de persoonlijke dienstverlening	164
2.5.1 Van arbeidsvolume naar personen	63	5.2.1	Diensten en welvaartsontwikkeling	164
2.5.2 De sectorale structuur van de beroepsbevolking	64	5.2.2	Gezinshuishouding en de vraag naar diensten	166
2.5.3 De positie in het bedrijf	65	5.2.3	Dienstverlening en sociale innovatie	167
2.5.4 Nevenactiviteiten en uitzendarbeid	66	5.2.4	Dienstverlening en buffertheorie	169
2.5.5 Persoons- en bedrijfsgebonden kenmerken	67	5.3	Dienstverlening en de zwarte sector	170
2.6 Kwaliteit van de arbeid	68	5.3.1	De vraag naar informele dienstverlening	170
2.6.1 Het begrip kwaliteit van de arbeid	68	5.3.2	Het aanbod van informele diensten	173
2.6.2 Evaluatie	69	5.3.3	Enkele slotopmerkingen	175
2.7 Samenvatting en conclusie	71	5.4	Enkele sectoren nader bezien	177
		5.4.1	De horeca	177
		5.4.2	De reparatiebedrijven	182
3. DE INDUSTRIE	77	5.4.3	De overige dienstverlening	185
3.1 Inleiding	77	5.5	Conclusies	187
3.2 Een nieuw industrieel elan	77			
3.3 De rol van het industriële midden- en kleinbedrijf	82	6. DE ZAKELIJKE DIENSTEN		193
3.3.1 De naoorlogse industriële ontwikkeling	82	6.1	Inleiding	193
3.3.2 Naar een eenzijdige, grootschalige industrie?	85	6.2	Algemeen	196
3.3.3 De toekomstverwachtingen voor de industrie	90	6.2.1	Wat zijn zakelijke diensten?	196
3.4 Export	93	6.2.2	Ondernemingen in zakelijke diensten	197
3.5 Complementariteit van klein en groot	97	6.2.3	Informatie- of quataire sector	198
3.5.1 Toelevering en uitbesteding	98	6.2.4	Dynamiek op de dienstenmarkt	199
3.5.2 Innovatie	104	6.3	Plaats van de financiële en zakelijke dienstverlening in de Nederlandse economie	201
3.6 Samenvatting en conclusies	111	6.3.1	Het aantal ondernemingen	201
		6.3.2	De positie van het midden- en kleinbedrijf in de zakelijke dienstverlening	204
4. DE DETAILHANDEL	117	6.3.3	De werkgelegenheid	205
4.1 Inleiding	117	6.4	Enkele aspecten van de aanbodzijde	206
4.2 Structurele ontwikkelingen	117			

6.4.1	Het arbeidsaspect	207
6.4.2	Het huisvestingsaspect	208
6.4.3	Innovatief vermogen	209
6.5	De vraag naar zakelijke diensten	211
6.5.1	Structurele ontwikkelingen in het overige bedrijfsleven	211
6.5.2	De technologische ontwikkeling op het terrein van informatieproductie	212
6.5.3	De wet- en regelgeving	213
6.5.4	De internationalisering van het Nederlandse bedrijfsleven	215
6.6	Conclusies	215

BIJLAGE 1: Segmentering foodsector detailhandel	217
BIJLAGE 2: Indeling van de intermediaire diensten	219
BIJLAGE 3: Bedrijfsindeling van bedrijfstak 8 (bank- en verzekeringswezen, zakelijke dienstverlening) volgens de Standaard-bedrijfsindeling	220
BIJLAGE 4: Aantal vestigingen en werkzame personen in de zakelijke dienstverlening in Nederland in 1978 (1963)	221
BIJLAGE 5: Aantallen hoofdvestigingen, nevenvestigingen en vestigingen voor enkele bedrijfstakgroepen binnen de bedrijfstak 8, 1978	222

WOORD VOORAF

Bij de voorbereiding van het rapport 'Op maat van het midden- en kleinbedrijf' heeft de Raad gebruik gemaakt van preadviezen die door externe deskundigen op verzoek van de WRR zijn uitgebracht. Die preadviezen zijn in deze bundel bijeengebracht en worden gepubliceerd als deel 2 van het rapport. De verantwoordelijkheid voor de inhoud van de preadviezen berust uiteraard bij de afzonderlijke auteurs.

De bundel is tot stand gekomen onder redactie van de heren prof.dr. N.H. Douben (lid van de WRR), dr. J.J. Godschalk (als hoofddocent verbonden aan de Universiteit van Amsterdam) en dr. B. Nooteboom (directeur van het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf). Het secretariaat van de redactie is gevoerd door de heer drs. A.F.M. Nijsen (hoofd van de afdeling arbeidsmarkt en inkomens van het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf).

De Raad is de preadviseurs en de redactie erkentelijk voor de waardevolle inzichten die zij naar voren hebben gebracht en de inspanningen die zij ten behoeve van de bundel hebben verricht.

Prof.dr. W. Albeda	Voorzitter WRR
Prof.dr. N.H. Douben	Voorzitter van de WRR-projectgroep Midden- en kleinbedrijf

SAMENVATTING

Met dit tweede deel van het rapport over het midden- en kleinbedrijf (mkb) is beoogd, in de vorm van preadviezen, bouwstenen aan te dragen voor de in deel 1 geformuleerde beleidsaanbevelingen. De probleemstelling van dit rapport luidt: welke bijdragen kan het mkb in de toekomst leveren aan de bevordering van de werkgelegenheid en de economische groei. Daarbij moest rekening worden gehouden met randvoorwaarden op het gebied van van kwaliteit van de arbeid, milieu, energie en ruimtelijke ordening. Het doel van dit rapport is om, vanuit een beschouwing over de relevantie van het overheidsbeleid met betrekking tot deze problematiek, te komen tot conclusies over de aard en de inhoud van het toekomstige overheidsbeleid. Vooral in dit verband bestaat behoefte aan signalen over het al dan niet voeren van sectoraal beleid.

Om recht te doen aan de veelvormigheid van het mkb is gekozen voor een invalshoek naar sectoren, met daarbinnen een wisselende keuze van aandachtsvelden afhankelijk van de relevantie per sector. Dit deel van het rapport is gestructureerd via de indeling naar sectoren, te weten de industrie (hfdst. 3), de detailhandel (hfdst. 4), de commerciële persoonlijke dienstverlening (hfdst. 5) en de zakelijke dienstverlening (hfdst. 6). Niet alle mkb-sectoren komen derhalve aan bod. Om in deze lacune te voorzien en toch een kwantitatief totaal beeld van het mkb te presenteren zijn in hoofdstuk 2 de plaats en functie van het mkb binnen de nationale economie behandeld. Begonnen wordt echter met een algemene, kwalitatieve verhandeling over het doen en laten van het mkb (hfdst. 1).

Doen en laten van het mkb

De persoon van de zelfstandige ondernemer is van cruciaal belang in het mkb. Zijn of haar bevoegdheden reiken, zeker in het kleinbedrijf, zeer ver en worden vaak niet of met weinigen gedeeld.

De aantrekkingskracht voor het ondernemerschap blijkt voor velen juist te liggen in deze zelfstandigheid (vrijheid en onafhankelijkheid in keuzen van doelstelling e.d.) en in de vervulling van persoonlijke waarden. Deze mogelijkheden hangen nauw samen met kleinschaligheid als voorwaarde voor de nagestreefde zelfstandigheid en persoonlijkheid. Winst blijkt niet het overheersende motief te zijn voor de meeste ondernemers. Belangrijker zijn: werk dat bevalt, de waardering als vakman en de persoonlijke relaties. Veel zelfstandige ondernemers nemen dan ook genoegen met een bescheiden winstinkomen.

Informatie en communicatie zijn nauw met elkaar verweven. De zelfstandige ondernemer is sterk georiënteerd op persoonlijke contacten en het gesproken woord; het absorptievermogen is vaak laag, maar ook bij de afzenders en de communicatiekanalen valt veel te verbeteren. Als informatiebron maken de meeste kleine ondernemers allereerst gebruik van directe zakelijke contacten; klanten, leveranciers, collega's. Externe adviseurs worden nauwelijks geraadpleegd. Dit geldt in nog sterkere mate voor de informatieloketten van de overheid, en dergelijke. Het persoonlijk informatienetwerk van de ondernemer kan als het voornaamste activum worden beschouwd.

Hoewel kleinschaligheid aantrekkelijk is als voorwaarde voor zelfstandigheid en persoonlijkheid zijn er ook belangrijke nadelen aan verbonden. In bedrijfseconomische zin zijn deze veelal te herleiden tot hogere kosten of lagere opbrengsten per eenheid produkt. Er zijn echter ook nadelen verbonden aan grootschaligheid, zoals een meer dan proportionele toename van procedures. De sterke en zwakke punten van klein en

groot vormen vaak elkaars spiegelbeeld. Aldus is sprake van een zekere complementariteit.

Het geheel van eigenschappen van het kleinbedrijf (minder dan 10 werkzame personen) wijst op een zekere potentie voor dynamiek. Bij veel bedrijven overheerst echter een oriëntatie op stabiliteit. Innovaties komen vaker voort uit een drang tot zelfrealisatie dan een drang tot winst, groei of macht. De motivatie is veelal intern gericht.

Slechts een minderheid van de kleine bedrijven groeit uit tot het middenbedrijf (10-99 werkzame personen). Bij groei krijgen niet alleen kleinschaligheid (per definitie), maar ook zelfstandigheid en persoonlijkheid minder gewicht. Behalve in het veelal ontbreken van manifest strategisch gedrag liggen vaak ook in de financiële structuur gevaren tijdens de fase van de groei.

Het mkb levert op zijn manier, intuïtief en vaak ongestructureerd, een bijdrage aan de zo efficiënt mogelijke werking van markten en vernieuwing. Ook hier is vaak sprake van complementariteit aan het grootbedrijf. Met betrekking tot de bijdrage van het mkb aan de werkgelegenheid geldt in het algemeen dat bij recessie het mkb meer werkgelegenheid vasthoudt dan het grootbedrijf, terwijl in tijden van voorspoed de mkb-werkgelegenheid minder groeit dan die in het grootbedrijf. De inhoudelijke kwaliteit van de arbeid in het mkb is naar verhouding groot vanwege de betrekkelijk hoge integratie en variatie van taken.

De realisatie van de mkb-bijdragen aan markt, vernieuwing en werkgelegenheid zijn mede afhankelijk van de sterke en zwakke punten in de bedrijfsvoering in vergelijking tot het grootbedrijf. Ook hier blijkt uit de analyse dat vaak sprake is van tegengesteldheid. Sterke punten van het mkb (slagvaardigheid, motivatie, maatwerk e.d.) vormen veelal de zwakke punten van het grootbedrijf. De zwakke punten daarentegen van het mkb (schaaleffecten, gebrek aan informatie, communicatieproblemen e.d.) maken vaak de kracht uit van het grootbedrijf. Aldus is ook hier weer sprake van een dynamische complementariteit die zich met name uit op het terrein van innovaties; grote bedrijven verrichten veelal de basisinnovaties, terwijl het mkb via diffusie zorgdraagt voor een brede toepassing ten gunste van de slagkracht van de totale economie.

De plaats en functie van het mkb

Tot het midden- en kleinbedrijf worden gerekend particuliere ondernemingen met winstoogmerk met ten hoogste 99 werkzame personen. Deze categorie bedrijven levert bijna 30% van de produktie van de sector bedrijven. Een belangrijk deel van deze produktie komt tot stand in de industrie, alsmede in de groot- en detailhandel. De mkb-produktie is in tegenstelling tot die van het grootbedrijf vrij evenwichtig gespreid over de sectoren.

De sectoren waar het mkb overheerst worden in het algemeen gekenmerkt door een lagere arbeidsproductiviteit en zijn dus arbeidsintensiever dan het grootbedrijf. Dit impliceert tevens dat in het mkb-produktieproces naar verhouding minder energie wordt verbruikt dan in het grootbedrijf. De mkb-produktie is hoofdzakelijk gericht op de binnenlandse markt. Intermediaire leveringen spelen daarbij een grote rol, naast consumptieve bestedingen. De mkb-beroepsbevolking, die meer dan de helft vormt van de particuliere werkgelegenheid, wordt gekenmerkt door een groot aantal zelfstandige ondernemers, jeugdigen en vrouwen. Het gemiddelde opleidingsniveau is naar verhouding laag en beroepsgericht. De kwaliteit van de arbeid kan – zeker als wordt gelet op de intrinsieke aspecten van het werk – als relatief gunstig worden beschouwd. Bij de besluitvorming omtrent een eventueel stimulerend beleid gericht op het mkb zal met deze kenmerken rekening moeten worden gehouden. Te meer omdat een aantal beleidsrelevante categorieën in het geding zijn. Zelfstandige ondernemers kunnen bijdragen aan vernieuwing van het economisch proces; jeugdigen doen veelal hun eerste ar-

beidservaring op in het mkb, terwijl aan de toenemende arbeidsparticipatie van vrouwen tegemoet kan worden gekomen door het aanbieden van mkb-arbeidsplaatsen.

De industrie

Voor de uiteindelijke realisatie van de positieve verwachtingen omtrent de ontwikkelingspotenties van de industrie is het van groot belang dat:

- de industriële export zich gunstig ontwikkelt;
- samenwerkingsverbanden tussen kleine en grote industriële ondernemingen een meer structureel karakter krijgen (toeleveringsnetwerken);
- technologische kennis in voldoende mate zijn weg vindt in alle sectoren en klassen van grootte van de industrie (informatienetwerken).

Voor wat betreft de export is geweest op het belang van de vergroting van het aantal exporterende industriële ondernemingen. Met name het midden- en kleinbedrijf blijft in dit opzicht sterk achter bij het grootbedrijf. Omdat de relatief geringe exportprestaties van het industriële mkb slechts ten dele structureel van aard zijn, kan een gerichte overheidspolitiek belangrijke stimulansen geven. De belangrijkste knelpunten voor het mkb zijn een gebrek aan exportmarketing en een tekort aan kennis over een breed front. De overheid zou hierop – meer dan thans het geval is – kunnen inspelen door infrastructuurversterkende maatregelen in de vorm van voorlichting, informatie-overdracht, kredietverzekering en dergelijke. Bij het kleinbedrijf zou kunnen worden getracht door het inschakelen van handelshuizen de indirecte export te vergroten. Tevens zou kunnen worden gestimuleerd om – met behoud van de Europese exportmarkten – nieuwe markten, met name die van de ontwikkelingslanden te openen.

Een belangrijk deel van het industriële mkb is aanbieder op de inkoopmarkten van de grote industriële bedrijven. In plaats van concurrerend, zijn klein- en grootschalige productieprocessen vaak complementair. Er zijn aanwijzingen voor structurele ontwikkelingen, waarbij grote ondernemingen zich steeds meer richten op hun eigenlijke kernactiviteiten en delen van hun productie uitbesteden. Aldus ontstaan toeleveringsnetwerken, die steeds belangrijker worden voor de algehele prestaties van de Nederlandse industrie. Voor een optimaal functioneren van deze, vaak trapsgewijs opgebouwde toeleveringsnetwerken is het een noodzakelijke voorwaarde dat ook kleine ondernemingen op een technologisch geavanceerd niveau en flexibel kunnen opereren. Beschikbaarheid van kennis (voldoende goed opgeleid personeel) als wel van financiële middelen (ter financiering van moderne, hoogwaardige apparatuur) is daarvoor een vereiste. Uitbestedende bedrijven zullen vaak bereid zijn hierin te investeren. Om een al te grote afhankelijkheid van toeleverende bedrijven te voorkomen lijken structuurversterkende maatregelen, in de zin van het vergroten van de doorzichtigheid van de markt van eindproducten, noodzakelijk. Een algehele versterking van het commerciële beleid van toeleverende bedrijven lijkt nodig, ten einde een voldoende kwaliteit in dit bedrijvenbestand te waarborgen. Aldus kan concurrentie de basis vormen van samenwerking en niet het slaafs volgen van de opdrachtgever. Wellicht verdient het ook overweging vanuit branche-organisaties standaardisatie te ontwikkelen voor uitbestedings-/toeleveringsrelaties.

Een conditio sine qua non voor de vergroting van de exportprestatie en het volwaardig participeren in toeleveringsnetwerken is een mkb dat in voldoende mate innovatief is. Het aandachtsgebiedenbeleid dat is uitgemond in een technologiebeleid heeft hier ook – en dat geldt zeker voor de discussies die naderhand zijn gevolgd – expliciet op gewezen. Omdat basisresearch voor de meeste industriële midden- en kleinbedrijven niet is weggelegd, zal het merendeel van de vernieuwingen het mkb via diffusie moeten bereiken. Een technologiebeleid dat niet alleen is gericht op een strategie van ‘picking the winners’ zal dan ook trachten de algehele slagvaardigheid van de industrie te vergroten door een zo groot mogelijke

verspreiding van technologische kennis te bevorderen. Een belangrijke voorwaarde voor een dergelijk beleid is een strategiewijziging van 'technology-push' naar 'demand-pull'. Juist door het eerder genoemde bevorderen van toeleveringsnetwerken en het plaatsen van overheidsopdrachten kan een dergelijke beleidswijziging worden geconcretiseerd. Van groot belang is ook dat de overheid belemmeringen wegneemt op het terrein van financiering, kennisoverdracht en tekort schietende opleidingen. Het instrumentarium dat de overheid heeft ontwikkeld om innovaties te stimuleren is nog onvoldoende afgestemd op juist dat deel van het bedrijfsleven waarvoor het in hoofdzaak is bedoeld, namelijk het mkb. De INSTIR met zijn 100-uren onderzoeks- en ontwikkelingscriterium is hiervan het meest saillante voorbeeld. De overheid zou ook kunnen bevorderen dat de kennisoverdracht meer op maat van de mkb-ondernemer wordt gesneden, dat wil zeggen een decentrale en geïntegreerde advisering.

Het geheel overziend lijken de toekomstperspectieven van de industrie als geheel en het mkb als onderdeel daarvan voor het eerst sinds lange tijd weer positief. Echter ook onder deze gunstige vooruitzichten lijkt een bijdrage van de industrie vooral te mogen worden verwacht met het oog op economische groei (toegevoegde waarde). Vanwege voortgaande structurele stijgingen van de arbeidsproductiviteit zal de bijdrage aan de werkgelegenheid naar verhouding slechts bescheiden kunnen zijn. Wel is het zo dat een goed functionerende industrie belangrijke multiplier-effecten teweeg brengt, met name in de richting van de zakelijke diensten en de groothandel.

De detailhandel

Hoewel de detailhandel, dankzij een sterke inhaalvraag en prijsdaling met name door een forse terugval van de energiekosten, momenteel een tamelijk expansief karakter vertoont, dient er van uitgegaan te worden dat de groei van de detailhandelsomzetten structureel gering zal blijven. Een gedeelte van de detailhandel, met name enkele grootwinkelbedrijven, zoekt in verband hiermee naar alternatieve afzetmogelijkheden in de persoonlijke dienstverlening. Hiertoe behoren ambachtelijke diensten, kopiëren, foto's ontwikkelen, pasfoto's, financiering, horeca-activiteiten, het verkopen van reizen en het verhuren van bungalows. In de toekomst zullen hier ongetwijfeld nog tal van andere activiteiten aan worden toegevoegd. Kortom, de detailhandel ontwikkelt zich sterk sectoroverschrijdend, waarbij veranderingen in behoeften en gedrag van consumenten richtinggevend zijn.

De vooruitzichten voor de werkgelegenheid in de detailhandel zijn somber. Niet slechts door de beperkte expansiemogelijkheden, maar ook door schaalvergroting ('economies of scale') en automatisering, die beide leiden tot efficiency-verhoging en tot vermindering van vraag naar arbeid. Ook opheffing van kleine winkels zal werkgelegenheid kosten. Wel ligt een verdere toename van deeltijdarbeid in de lijn van de verwachtingen.

In de detailhandel verliest het mkb in een snel tempo terrein aan het grootbedrijf. Hoewel dit proces in de levensmiddelensector het verst gevorderd is, valt er ook in de sector van duurzame consumptiegoederen een duidelijke afbouw van het marktaandeel van het mkb te constateren. Helaas is het niet mogelijk deze ontwikkeling statistisch op de voet te volgen. De afbakening van het midden- en kleinbedrijf is namelijk gebaseerd op het juridische begrip onderneming, dat ook door het Centraal Bureau voor de Statistiek wordt gehanteerd. Hierdoor worden echter allerlei eigendomsrelaties, die mede bepalend zijn voor de positie van een onderneming in de distributie, aan de waarneming onttrokken.

Het sterke concentratieproces in de detailhandel vormt een reële bedreiging voor het mkb alsmede voor de fijnmazigheid van het distributienet. Dit geldt mutatis mutandis ook voor de verdergaande internatio-

nalisering en automatisering. Van de andere kant vormt de internationalisering van de detailhandel, groothandel en industrie een rem op monopolievorming, zowel op de inkoopmarkt als op de consumentenmarkt. De relatief sterke positie van het grootbedrijf berust op de volgende pijlers:

- 'economies of scale';
- een betere positie bij de verwerving van vestigingsplaatsen;
- een sterkere positie op de inkoopmarkt;
- meer mogelijkheden tot automatiseren;
- een breder draagvlak voor marketingbeleid.

De commerciële mkb-organisaties hebben niet slagvaardig genoeg gereageerd op de machtsconcentratie bij het grootwinkelbedrijf, noch op de terugval in de consumptieve bestedingen in de achter ons liggende depressiejaren. Dit is mede een gevolg van belangentegenstellingen binnen deze organisaties, van de weerstand van deelnemende detaillisten om hun beleid te conformeren aan de organisatie en onderlinge concurrentie.

Veel, naar verhouding vaak grotere en rendabel opererende mkb-detailisten hebben eigen organisaties opgericht of hebben zich als franchisenemer aangesloten bij een grootwinkelbedrijf. De positie van kleinere bedrijven werd hierdoor nog verder verzwakt. Niettemin lijkt de weg naar meer commerciële samenwerking in de detailhandel voor het midden- en kleinbedrijf onvermijdelijk om zijn positie op den duur te kunnen blijven handhaven.

De spreiding van het winkelapparaat baart ernstige zorgen. Dit is aan de ene kant een gevolg van schaalvergroting en aan de andere kant van een toenemende tendens tot vestiging buiten bevolkingscentra. Hierdoor dreigt koopkracht te worden onttrokken aan bestaande winkelcentra en komt het voorzieningenniveau in kleine kernen en oude buurten van binnensteden onder druk te staan. De overheid zou op deze bezwaren kunnen inspelen door aan bestaande centra ruimte en voorzieningen tegen acceptabele condities te bieden. Integratie van meerdere op de consumenten gerichte functies verdient daarbij aanbeveling. Ook de bestaansmogelijkheden van kleine buurtwinkelcentra en winkels in kleine kernen kunnen worden versterkt door taakverbreding (buurteconomie). De aanwezigheid van winkels is voor bewoners van even groot maatschappelijk belang als die van niet-commerciële dienstverlenende instanties. Dit geldt vooral voor minder mobiele consumenten. Het lijkt derhalve op sociale gronden verantwoord winkeliers in deze kernen een exploitatiesubsidie ter beschikking te stellen.

De kwestie van de openingstijden van winkels is actueel. Bepaalde consumentengroepen hebben duidelijk behoefte aan langere openingstijden na afloop van hun werk. Gelet echter op de drempelkosten van kleinere winkels verdient het de voorkeur niet de openingstijd van de winkels te verlengen maar meer ruimte te laten voor verschuiving van openingstijden.

Er is gewezen op de relatief zwakke positie van commerciële samenwerkingsverbanden in de detailhandel tegenover grote filiaalbedrijven. Dit is wellicht een van de belangrijkste oorzaken van de verzwakte marktpositie van het mkb, vooral in de levensmiddelensector. Toch krijgt commerciële samenwerking in de detailhandel voor het mkb steeds meer een onvermijdelijk karakter. Er ligt dan ook een taak voor de overheid om dit proces in goede banen te leiden. Hierbij kan gedacht worden aan een wetgeving met een vergunningenstelsel, waarin tevens de rechten en plichten van deelnemers aan een commerciële organisatie nader geregeld worden. Een advisering van individuele ondernemers die toetreding overwegen door deskundigen kan van belang zijn. Daarnaast kan een beroepsinstantie voor eventuele klachten over naleving van samenwerkingscontracten van nut zijn.

Zoals bekend heeft het inkomen van zelfstandigen niet slechts ten doel de privé-uitgaven van de ondernemer te financieren, maar het is ook de bron voor investeringen en het op peil houden van het risicodragend ver-

mogen in relatie tot de ontwikkeling van de bedrijfsomvang. Via de zelfstandigenaftrek bij de inkomsten- en vermogensbelasting is deze eenvoudige functie door de overheid erkend en gehonoreerd. Deze regeling is in zijn algemeenheid niet onredelijk. Dit wil echter niet zeggen dat er voor het mkb geen grote problemen zijn. Het is namelijk bij de bestaande belastingtarieven nauwelijks mogelijk voldoende te reserveren voor de financiering van de expansie en de investeringen. Vooral voor jonge actieve ondernemers is dit een groot knelpunt. Vervolgens wordt gewezen op de financieringsproblemen bij opvolging. Het is namelijk uitermate moeilijk de uittredende ondernemer uit te kopen of hem of haar en een eventuele partner een goede oudedagsverzorging te garanderen. In familiebedrijven wordt het bedrijfsvermogen uitgehold door successierechten en door mede-erfgenamen van de overnemende ondernemer. Men kan zich dan ook afvragen of de fiscale vermenging van privé-inkomen en vermogen met ondernemingswinst fundamenteel juist is en of het niet verre de voorkeur verdient hier een scheiding aan te brengen die in feite ook bij het grootbedrijf bestaat. Bovendien zijn de progressieve tarieven van de inkomstenbelasting, die bij eenpersoonszaken en firma's worden toegepast, moeilijk te rijmen met het vaste tarief voor vennootschappen. Het principe van gelijke lasten komt hier duidelijk in gedrang.

Het is te hopen dat het onderzoek naar het invoeren van een zelfstandigenstatuut – waarbij onder meer aandacht wordt besteed aan het fiscale winstbegrip in het licht van de driedelige functie van het inkomen van zelfstandigen, de positie van de meewerkende echtgeno(o)t(e) en de belastingheffing bij bedrijfsopvolging – tot een duidelijke afsplitsing van privé- en ondernemingsinkomen leidt.

De vestigingswetgeving heeft historisch gezien een enorme impuls gegeven aan het ondernemersonderwijs. Niettemin hebben vakbekwaamheidseisen niet kunnen voorkomen dat rond 60% van de nieuwe ondernemingen binnen enkele jaren ophoudt te bestaan. Men kan zich dan ook afvragen of de vestigingsdiploma's (nog) beantwoorden aan de eisen van het ondernemerschap in de huidige tijd. Bovendien zijn er in het zwarte en grijze circuit vele 'quasi' ondernemingen werkzaam, waar vakbekwaamheidseisen geen rol spelen.

Tegen deze achtergrond zou het de voorkeur verdienen de vestigingswetgeving te vervangen door een vergunningenstelsel, gebaseerd op de kwaliteit van ondernemingsplannen. Iemand die een onderneming wil beginnen zal zijn of haar ondernemingsplan ter goedkeuring moeten voorleggen aan een daarvoor aangewezen instantie. Het belangrijkste toetsingscriterium voor een vergunning zal de haalbaarheid van de plannen moeten zijn. Als toetsingsinstanties kunnen in principe dezelfde instituten (eventueel aangevuld met anderen) worden aangewezen als bij de garantiekredietverlening. Dit voorstel sluit aan bij de praktijk, waar ondernemingsplannen een steeds grotere rol spelen, met name bij de beoordeling van de kredietwaardigheid. Het grote voordeel van dit systeem boven vestigingswetten is dat bij toetsing van ondernemersplannen ook de kwaliteiten van de toekomstige ondernemer bekeken kunnen worden, maar dan veel meer in relatie tot de aard en omvang van de onderneming. Zo kan er bijvoorbeeld rekening worden gehouden met de invloed van een commerciële organisatie waarbij men zich wil aansluiten. Bovendien wordt de aspirant ondernemer gedwongen tot een goede voorbereiding, waardoor vele mislukkingen worden voorkomen. De toetsende instanties zouden tevens de bevoegdheid moeten hebben als voorwaarde voor een vestigingsvergunning een verplichte begeleiding gedurende enkele jaren voor te schrijven, zoals dit ook bij garantiekredieten mogelijk is. Een dergelijk vergunningenstelsel zal ook van invloed kunnen zijn op de opleiding van toekomstige ondernemers, daar het belang van praktijkkennis en praktijkervaring in dit stelsel een zwaarder accent krijgt dan bij vestigingswetdiploma's.

De commerciële persoonlijke dienstverlening

Uit de ontwikkelingen in de sector van de commerciële persoonlijke dienstverlening, is duidelijk dat hier ruimte is voor een verdere economische groei en voor een toeneming van de werkgelegenheid. Zoals is aangetoond bestaat er een onmiskenbare relatie tussen groei van de persoonlijke welvaart en groei van de behoefte aan persoonlijke dienstverlening. Voor een groot deel van de bevolking neemt de welvaart nog steeds toe. Daarnaast hebben ook veranderingen in de sociale ordening plaats die de behoefte aan dienstverlening zeer waarschijnlijk vergroten. Gedacht moet daarbij worden aan de nog steeds voortgaande gezinsverdunding en aan de stijging van het aantal werkende (gehuwde) vrouwen. In beide gevallen kan dat betekenen dat dienstverlening die eerst in gezinsverband plaatsvond, nu via de commerciële dienstverlening gevonden moet worden. Deze ontwikkeling is in overeenstemming met de wet van Engel, die bij een toename van de welvaart meer luxebehoeften voorspelde. In deze wet werd echter niet gerekend met de voortdurende stijging van de prijs van deze luxe, met name van de persoonlijke dienstverlening. De toegenomen vrije tijd en de moderne hulpmiddelen die de industrie ter beschikking van de consumenten heeft gesteld kunnen hier in bepaalde gevallen een uitweg bieden. In veel gevallen zal men echter naar goedkope dienstverlening zoeken in het zwarte circuit. Bij de dienstverlening zal men het zwarte alternatief in het algemeen gemakkelijk kunnen vinden. De toetredingsdrempel is daar vaak laag. Men heeft betrekkelijk weinig kapitaal nodig en men kan doorgaans met geringe scholing volstaan.

Afgezien van de fraudebestrijding liggen er voor de overheid nog andere aangrijpingspunten voor het bestrijden van het zwarte circuit. Allereerst de omvang van de werkgelegenheid, waaraan met name de zo arbeidsintensieve commerciële persoonlijke diensten een belangrijke bijdrage kunnen leveren. De achterblijvende produktiviteitsontwikkeling in combinatie met een naar verwachting groeiende behoefte aan deze diensten roepen thans een spanningsveld op dat zijn uitweg zoekt in het zwarte circuit. Daarnaast is de kwaliteit van de in deze sector benodigde arbeid in het algemeen naar verhouding laag. Juist daardoor lijkt het creëren van formele werkgelegenheid in de sector van de commerciële persoonlijke dienstverlening kansen te bieden voor een groot deel van de langdurig werklozen die, bij de huidige eisen vanuit de vraagzijde van de arbeidsmarkt, vrijwel kansloos zijn. Ten slotte het voorzieningenniveau ten aanzien van een zo doorzichtig en toegankelijk mogelijk netwerk van reparatie- en onderhoudsactiviteiten. Hier ligt duidelijk een taak voor de overheid om te zorgen dat ook de minder mobiele of minder goed in informele netwerken ingevoerde consumenten niet verstoken blijven van allerlei diensten op dit terrein.

Een belangrijke voorwaarde voor de realisatie van de drie bovengenoemde doelstellingen – het creëren van werkgelegenheid, ook voor het niet al te hoog opgeleide deel van de beroepsbevolking, onder handhaving van een goed voorzieningenniveau – is afhankelijk van de mogelijkheden om de prijs van de arbeid in de sector van de commerciële persoonlijke diensten te matigen. Alleen dan zal de druk vanuit het zwarte circuit op deze sector althans enigszins kunnen worden weerstaan. De overheid staan verschillende mogelijkheden open om de prijs van de commerciële persoonlijke diensten te matigen. In deel 1 van deze bundel worden de gedachten op dit punt nader uitgewerkt.

De zakelijke dienstverlening

In de afgelopen jaren is de bedrijfsklasse van de zakelijke dienstverlening zeer in beweging geweest. Het aantal ondernemingen en werkzame personen is sterk toegenomen, er zijn geheel nieuwe typen ondernemingen verschenen en geheel nieuwe diensten deden hun intrede op de markt. Een opmerkelijke ontwikkeling was de toetreding van een zeer

groot aantal kleine ondernemingen aan de ene kant, terwijl aan de andere kant een aanzienlijke schaalvergroting waargenomen is (accountants).

Bij het beoordelen en evalueren van deze dynamiek en expansie dient het complementaire karakter van de zakelijke dienstverlening nimmer uit het oog te worden verloren. Zakelijke diensten vormen geen op zich zelf staande tak van dienstverlening, maar een aan het overige bedrijfsleven complementaire sector. Die complementariteit berust op twee relaties:

1. vraag naar zakelijke diensten vanuit de goederenproducerende bedrijven, de overige dienstverlenende bedrijven en de overheid, in verband met verantwoording van bedrijfsresultaten en het optreden van problemen in de organisatie of de invoering van innovaties;
2. aanbod van zakelijke diensten uit de overige bedrijven en de overheidssector, door verzelfstandiging en afstoting van voorheen interne dienstverlening.

De tweede relatie leidt vooral tot toename van het aantal ondernemingen in de zakelijke dienstverlening. De eerste relatie beïnvloedt sterk het arbeidsvolume in de zakelijke dienstverlening.

Voor zover de expansie op de dienstenmarkt niet door voorgeschreven diensten (bijv. accountantscontrole) is bepaald, kunnen zowel gunstige bedrijfsresultaten van het overige bedrijfsleven, als problematische situaties in die bedrijven de vraag naar zakelijke diensten beïnvloeden. Niet zelden wordt een beroep gedaan op adviseurs van buiten als de knelpunten in de organisatie langs interne weg niet op te lossen zijn. Wat ruimer gezien wordt de zakelijke dienstverlening door het overige bedrijfsleven vooral ingeroepen in situaties van reorganisatie en vernieuwing (huisvesting, produktiesysteem, arbeidsorganisatie).

Over het algemeen lijkt de zakelijke dienstverlening in de economie een gunstiger uitwerking te hebben op de bedrijfsresultaten dan op de werkgelegenheid. Immers, zakelijke dienstverlening draagt meer bij aan de produktiviteit in de overige bedrijven, zoals bijvoorbeeld de industrie, dan aan uitbreiding van de industriële werkgelegenheid. Niet zelden is groei van het aantal werkzame personen in de zakelijke dienstverlening een rechtstreeks gevolg van het verdwijnen van arbeidsplaatsen in het overige bedrijfsleven. Over de omvang van dit verschijnsel bestaat weinig inzicht.

Er zijn geen redenen om te verwachten, dat de relatief sterke groei van de werkgelegenheid in de zakelijke dienstverlening die in de afgelopen decennia is opgetreden, zich in hetzelfde tempo zal voortzetten. Die groei is trouwens na 1980 al wat afgenomen en is bovendien niet in alle onderdelen van de bedrijfsklasse even sterk geweest. Wel mag voorlopig nog een toename van het aantal ondernemingen in de zakelijke dienstverlening worden verwacht, waarvan een groot aantal als starters en 'spin offs' van bestaande grote organisaties. Hun bijdrage aan de werkgelegenheid zal niet erg groot zijn.

Van de organisatorische schaalvergroting in de accountantskantoren en de daarmee nauw gelieerde kantoren mag eerder een negatief dan een positief effect op de werkgelegenheid verwacht worden. Wel zal er een blijvende vraag zijn naar hoog gekwalificeerd personeel.

Als geheel is de bedrijfsklasse zakelijke diensten geen erg problematische sector van het bedrijfsleven, waarvoor een gericht beleid zou moeten worden ontwikkeld. Wegens het complementaire karakter van de zakelijke dienstverlening is deze bedrijfsklasse indirect wel gevoelig voor beleidsmaatregelen met betrekking tot het overige bedrijfsleven en de overheidsinstellingen.

Doen en laten van het MKB

1. DOEN EN LATEN VAN HET MKB

1.1 Inleiding

Het doel van dit eerste hoofdstuk is een globaal en kwalitatief beeld te geven van het midden- en kleinbedrijf (mkb), zonder in te gaan op specifieke kenmerken en omstandigheden van verschillende sectoren (industrie, bouw, reparatie, groothandel, detailhandel, horeca, overige consumentenverzorgende dienstverlening, vervoer, zakelijke dienstverlening). De poging tot een dergelijk globaal beeld is vooral van belang vanwege de tegenwoordig in brede kring geaccepteerde voorkeur voor een algemeen ('generiek') beleid boven een meer specifiek op sectoren gericht beleid. Dit ideaal zal in latere hoofdstukken niet volledig haalbaar blijken te zijn. Daarvoor zijn de verschillen tussen de diverse sectoren te groot. In dit hoofdstuk wordt een kwalitatieve beschouwing gegeven, met de nadruk op processen in het mkb. Dit in tegenstelling tot hoofdstuk 2, waarin een meer kwantitatieve beschrijving wordt gegeven, met de nadruk op structuren. Tevens wordt in dat hoofdstuk ingegaan op de definitie van het mkb.

Om te beginnen wordt aandacht besteed aan enige aspecten van ondernemerschap in het mkb (par. 1.2) en, in het verlengde daarvan, de eigenschappen van kleine en middelgrote bedrijven (par. 1.3).

Deze benadering biedt de basis voor een bespreking van de maatschappelijke waarden van het mkb en mogelijke bijdragen aan maatschappelijke doelstellingen. Aandacht wordt besteed aan de mogelijke bijdragen tot versterking van de marktsector, economische groei, werkgelegenheid en de kwaliteit van de samenleving (par. 1.4).

Een overheidsbeleid voor het mkb zou moeten zijn gericht op realisatie van de mogelijke bijdragen aan maatschappelijke doelstellingen. Een overheidsbeleid zou moeten aansluiten op het functioneren van bedrijven, in die zin dat ruimte wordt gegeven aan de sterke punten in het functioneren van het mkb en dat waar mogelijk een verbetering van zwakke punten wordt bevorderd. Daartoe wordt in de laatste paragraaf (1.5) een analyse gegeven van sterke en zwakke punten in het functioneren van het mkb. Het is van belang te weten wat het mkb goed kan en wat het minder goed kan; wat het doet en wat het niet doet. Vandaar de titel van dit hoofdstuk: doen en laten van het mkb.

Aanbevelingen voor een overheidsbeleid voor het mkb komen aan bod in deel I van dit rapport.

1.2 Ondernemerschap

De persoon van de ondernemer is van groot belang in het mkb, waar ruim de helft van de ondernemingen geen personeel in dienst heeft, en 90% bestaat uit ondernemingen met hoogstens tien werkzame personen (het kleinbedrijf). De bevoegdheden van de ondernemer reiken vooral in het kleinbedrijf heel ver, en worden vaak niet of met weinigen gedeeld. Bij de perspectieven voor doorgroei naar het middenbedrijf en verder hangt ook veel af van de doelstellingen en kundigheden van de ondernemer.

Het ligt derhalve voor de hand te beginnen met de vraag wat mensen er toe brengt om toe te treden tot het zelfstandig ondernemerschap. Welke doelstellingen en waarden streven zij daarbij na? Wat zijn de uitvloeisels hiervan in het functioneren van de ondernemer? Hoe gaat de ondernemer om met zijn omgeving en vooral: waar haalt hij informatie vandaan en hoe communiceert hij?

1.2.1 *Motivatie en oriëntatie van de ondernemer*

De keuze voor het zelfstandig ondernemerschap komt voort uit onvrede met de bestaande situatie ('push' factoren), de aantrekkingskracht van zelfstandig ondernemerschap ('pull' factoren), of een combinatie van beide. Onvrede met de uitgangssituatie kan zijn gelegen in de weerstand die iemand voelt jegens ondergeschiktheid in gezagsverhoudingen of jegens andere vormen van regimentatie binnen een organisatie¹. Een andere factor is de wil om te ontsnappen aan werkloosheid of de dreiging daarvan. Dit is de zogenoemde 'vluchthypothese' die nader zal worden behandeld in een latere bespreking van de bijdragen van het mkb aan werkgelegenheid. Volgens de 'sociale marginaliteitstheorie' treden mensen toe om zich los te maken uit een ondergeschoven sociale positie als immigrant, vluchteling, of lid van een etnische minderheid². Men kan daarbij denken aan Joden in Amerika, Chinezen in Indonesië, Indiërs in Afrika, Parsi's in India en Surinamers in Amsterdam. De aantrekkingskracht van het ondernemerschap in het mkb is voor velen gelegen in de *zelfstandigheid*. In dit verband kan zelfstandigheid worden omschreven als de omstandigheid dat men beschikt over een grote mate van vrijheid en onafhankelijkheid in keuzen van doelstelling, lokatie, activiteit, werkwijze en tijdsbesteding. Een tweede factor is het perspectief dat het zelfstandig ondernemerschap biedt voor '*persoonlijkheid*'. Daarmee wordt in de eerste plaats bedoeld dat keuzen kunnen worden gericht op eigen, persoonlijke waarden en voorts dat er sprake is van beperkt gestructureerde, informele interne en externe relaties op basis van persoonlijke contacten, met de nadruk op mondelinge communicatie, en er ruimte is voor improvisatie en gevarieerde activiteiten³. Deze mogelijkheden hangen nauw samen met de *kleinschaligheid*, die niet geldt als doel op zichzelf, maar veelal een voorwaarde is voor de nagestreefde zelfstandigheid en persoonlijkheid. Zoals later zal worden besproken zijn aan de kleinschaligheid echter ook bedrijfseconomische nadelen verbonden.

Sommigen zoeken het zelfstandig ondernemerschap als een uitdaging om een idee voor een produkt of een vorm van dienstverlening te realiseren waarmee men een 'gat in de markt' denkt te hebben gevonden, maar waarvoor men in een bestaand bedrijf onvoldoende weerklank vindt. Toetreding wordt beïnvloed door breekpunten of crises in persoonlijke omstandigheden: ontslag, sluiting van het bedrijf waar men werkte, overlijden van de partner⁴. Ook andere min of meer toevallige omstandigheden spelen een rol: stimulansen uit de omgeving, bijvoorbeeld in de vorm van een succesvolle stap tot ondernemerschap van iemand anders die men zich als voorbeeld stelt, een potentiële afnemer die belangstelling toont, de beschikbaarheid van eigen middelen of middelen die een ander beschikbaar wil stellen, de beschikbaarheid van een geschikt pand, of de uitnodiging als partner met een ander samen te werken. Sommigen glijden in het ondernemerschap door overname van het bedrijf van hun ouders, omdat dat van hen werd verwacht. Men vindt een en ander terug in empirisch onderzoek. Zo bleek in een internationaal vergelijkend onderzoek bij ruim 2½ duizend ondernemers in 9 landen dat de voornaamste aanleiding om een bedrijf te beginnen onvrede met de huidige situatie was ('push'). In Europa werd deze aanleiding genoemd in 29% van de gevallen waarin het bedrijf niet werd geërfd. Voor het totaal van

¹ M.F.R. Kets de Vries, 'The entrepreneurial personality, a person at the crossroads'; *Journal of Management Studies*, February 1977, blz. 34-57.

² E. Chell, 'The entrepreneurial personality: a few ghosts laid to rest?'; *International Small Business Journal*, jaargang 3, nr. 3, Spring 1985, blz. 43-44.

³ Achter deze sector van 'persoonlijkheid' liggen waardenoriëntaties die veel dieper kunnen worden geanalyseerd. Daarbij kan onder andere aansluiting worden gezocht bij de theorie van het 'communicatief handelen' van Habermas (1982). Zie voor een eerste poging hiertoe B. Nootboom, *Waarden en werkelijkheid van het mkb, bijdrage aan een symposium 'Normativiteit en economie'*, Tilburg, 25 september 1986.

⁴ A. Shapero, *An action program for entrepreneurship; USA*, MDRR Press, 1971.

de landen (incl. een aantal ontwikkelingslanden) was het vergelijkbare percentage 20. Op de tweede plaats, voor het totaal van de 9 landen, kwam ambitie ('pull') met 15%. In Europa kwam deze reden op de derde plaats met 11%. In Derde Wereldlanden kwam ambitie op de eerste plaats en onvrede op de tweede plaats⁵. De belangrijkste richtinggevendende waarde was 'de mogelijkheid om je zelf te ontwikkelen'. Inhoudelijk bleek deze waarde van land tot land te verschillen, maar voor de ondernemers in de geïndustrialiseerde landen bleek steeds het hebben van 'werk dat een uitdaging biedt' hierbij van groot belang te zijn⁶.

In verband met deze motivatie tot ondernemerschap is winst niet de overheersende of de centrale factor in de oriëntatie van de meeste ondernemers. Dit bleek onder andere in het onderzoek 'Zelfstandig ondernemen' bij 758 kleine bedrijven in detailhandel en ambacht in Nederland. Belangrijker dan winst waren: werk dat bevalt, de waardering die men als vakman geniet en de persoonlijke relaties met mensen⁷. De helft van de onderzochte ondernemers haalde in 1977 een nettowinst beneden de 35 duizend gulden en van deze groep gaf amper een derde te kennen dat dit tegengevallen was⁸. Dit winstcijfer is te vergelijken met de uitkomst van een meer integrale studie van de verdeling van winstinkomens in het mkb: 30% van de zelfstandige ondernemers verdiende in 1979 minder dan het bruto minimumloon. Voor een vergelijking met werknemers tellen we bij het minimumloon op het totaal van het daarbij behorende vakantiegeld en sociale lasten, wat leidt tot een bedrag van fl. 32.000. 45% Van de zelfstandigen verdiende in 1979 minder dan dat⁹. De meerderheid van de ondernemers in het mkb voldoet niet aan het stereotype beeld van de dynamische ondernemer die belust is op winst en expansie. Het is wellicht van belang aan te geven welk percentage wel aan dat beeld voldoet.

In het onderzoek 'Zelfstandig ondernemen' bleek dat slechts 18% van de 758 onderzochte bedrijven met minder dan 100 personeelsleden over een periode van vijf à tien jaar (voor 1978) een groei heeft laten zien van het aantal werknemers. Van de 381 ondernemers jonger dan 50 jaar en langer dan vier jaar gevestigd, was slechts 20% gericht op expansie en groei¹⁰. De uitkomsten zijn globaal in overeenstemming met onderzoeksresultaten elders. Zo meldde Williams (1977) dat ongeveer 10% van de zelfstandigen in Australië beantwoordt aan het type van de 'effective entrepreneur and efficient manager'. Volgens een rapport van het NOBIN is 18% van de in het desbetreffende onderzoek betrokken ondernemers als 'dynamisch' te bestempelen¹¹. Het hangt er natuurlijk van af hoe men 'effectief' of 'dynamisch' ondernemerschap precies definieert, maar als we daar enige ruimte voor laten ligt de schatting van het aandeel ervan tussen de 10 en 20%. Het gros van de ondernemers is economisch gezien gericht op overleving eerder dan op groei of winst. Een grote meerderheid van ondernemingen is niet bestemd om door te groeien van klein naar middelgroot en van middelgroot naar groot.

⁵ J.H. Pompe, M.H. Bruyn en J.V. Koek, *Ondernemen in internationaal vergelijkend perspectief*; Rijksuniversiteit Groningen, 1986, blz. 37.

⁶ Pompe e.a., *op. cit.*, 1986, blz. 47.

⁷ *Zelfstandig ondernemen*; door H.J.M. van den Tillaart, H.C. van der Hoeven, F.W. van Uxem e.a., Nijmegen/Zoetermeer, Instituut voor Toegepaste Sociologie/Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1981. Het onderzoek berustte op een steekproef uit vier branches in de detailhandel en vier branches in het ambacht (banketbakkers, metaalconstructiebedrijven, schoenherstellers en schilders).

⁸ Van den Tillaart e.a., *op. cit.* Dit was in 1977, dus voor de crisis van het begin van de jaren tachtig, toen het vooral de detailhandel heel wat slechter verging.

⁹ J.J. Boog en H. Kuiken, *De inkomenspositie van zelfstandigen in het mkb*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985.

¹⁰ Van den Tillaart, *op. cit.*

¹¹ NOBIN, *Externe informatieverzorging van het kleine en middelgrote industriële bedrijf*; 's-Gravenhage, NOBIN, 1983. Het onderzoek berustte op een steekproef van ruim 100 bedrijven met tussen de 10 en 200 werkenden in de machine-, elektrotechnische, optische en instrumentenindustrie.

In velerlei onderzoek komt steeds terug dat een groot deel van de ondernemers in het mkb minder is gericht op externe contacten en commercieel beleid dan op het produkt: kwaliteit, techniek en productieproces¹². Dit hangt samen met de hang naar vakmanschap, vrijheid in het werk en zelfstandigheid. Deze waarden van kwaliteit, vakmanschap, persoonlijkheid, zelfstandigheid en vrijheid zijn deels traditioneel bepaald. Traditioneel werden als 'deugden van de kleine man' gekoesterd: orde-lijkheid, fatsoen, vlijt, vaste arbeid, spaarzaamheid, soberheid, dienstbaarheid en betrouwbaarheid¹³. De visie op mens en samenleving was voor velen verbonden aan de sociale leer van de kerk. Illustratief is de volgende uitspraak over die leer: Voor de burger 'ist das Leben kein Abenteuer, sondern ein wohlgeordnetes Ganze. Die Pflichttreue, die sich an allen Einzelheiten des Lebens erweist, die geregelte Tätigkeit, das Beharren in Gewohnheiten, die Gleichförmigkeit der Lebensführung, sind die Werte, die dem Bürgertum und der Kirche gemeinsam sind'¹⁴. We moeten constateren dat dit niet goed aansluit op het heroïsche, Schumpeteriaanse beeld dat wij tegenwoordig zo graag aan het ondernemerschap willen toekennen.

Volgens het onderzoek 'Zelfstandig ondernemen' heeft men traditionele waarden vaak van huis uit meegekregen: 2 van de 3 ondernemers kwam uit een ondernemersgezin, en 1 van deze twee had het bedrijf van de ouders overgenomen. Men bedenke hierbij wel dat het onderzoek betrekking had op de meer traditionele sectoren detailhandel en ambacht. In dit onderzoek was ook van de jongere ondernemers meer dan de helft (56%) vooral op het vaktechnische aspect van hun beroep georiënteerd. In het voorgaande is gepoogd enig inzicht te geven in de motivatie tot het ondernemerschap en de persoonlijke waarden waarop men zich daarbij oriënteert. Als centrale factoren kwamen naar voren: zelfstandigheid en persoonlijkheid. In samenhang daarmee is kleinschaligheid een derde factor die later meer uitvoerig aan de orde zal komen. De vraag is nu hoe een en ander doorwerkt in het functioneren van de ondernemer.

1.2.2 Functioneren van de ondernemer

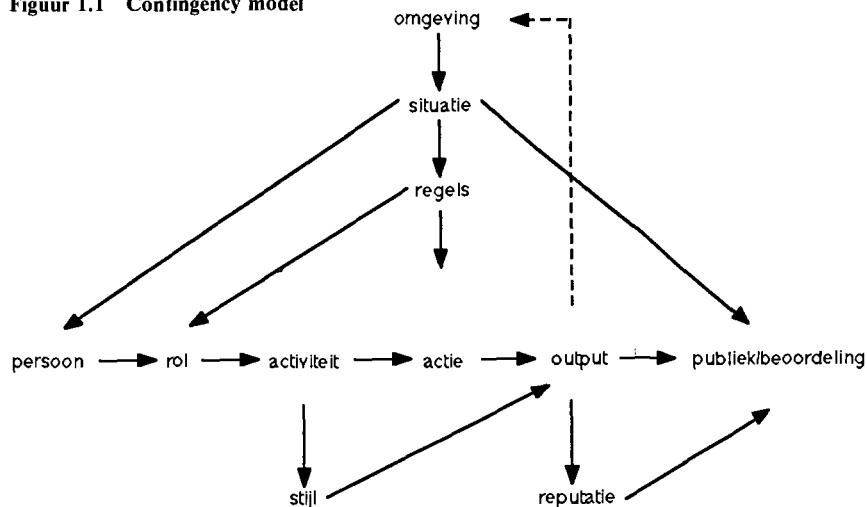
Voor een analyse van het functioneren van de ondernemer bestaat de behoefte aan een conceptueel kader dat een structuur aangeeft voor de interactie tussen persoonlijke factoren en factoren in de omgeving. Een dergelijk kader wordt geboden door het zogenaamde 'contingencymodel' dat onder andere is behandeld door Chell (1985) en in enigszins aangepaste vorm is weergegeven in figuur 1.1. Het model sluit goed aan op het *persoonlijke* karakter van het ondernemerschap in het mkb. Een 'situatie' ontstaat in wisselwerking tussen interne (bedrijf) en externe omgeving. De situatie beïnvloedt de activering (en vervolgens ook de ontwikkeling) van persoonsfactoren. Situaties zijn regelgeleid en schrijven een bepaalde rol voor, waarvan de vervulling wordt beïnvloed door persoonsfactoren. Een probleem voor de ondernemer is dat hij verschillende rollen moet spelen: eindverantwoordelijke, strateeg, produktieleider, verkoopleider, planner, personeelsman, financiële man en duvelstoejager. In de vervulling van rollen worden activiteiten ontplooid. Volgens Harré (1979), waar Chell haar model op baseert, zijn er twee soorten

¹² Zie onder andere J.N. Bekker en G.W. Havranek, 'Commercieel beleid op basis van planning'; *Metaal en kunststof, Toeleveren en uitbesteden*, nr. 31, 21 april 1986, blz. 6-11; A. Hankinson, 'Small firms' investment, a search for the motivations'; *International Small Business Journal*, jaargang 2, nr. 2, Winter 1983/1984, blz. 11-24; T. Cannon, 'Innovation, creativity and small firm organisation'; *International Small Business Journal*, jaargang 4, nr. 1, Autumn 1985, blz. 33-41; C.D. Davis, G.E. Hills en W. la Forge, 'The marketing/Small enterprise paradox, a research agenda'; *International Small Business Journal*, jaargang 3, nr. 3, Spring 1985, blz. 31-42; Van den Tillaart e.a., *op. cit.*, 1981.

¹³ J.H. Pompe, *De kleine middenstand in Nederland*; Rijksuniversiteit Groningen, 1980.

¹⁴ B. Groethuysen, *Die Entstehung der bürgerlichen Welt- und Lebensanschauung in Frankreich*; Bd 1 und 2, Halle/Salle, Niemeyer Verlag, 1927, blz. 67-76; aangehaald door Pompe, *op. cit.* (1980), blz. 76-78.

Figuur 1.1 Contingency model



activiteit en output: praktisch (de situatie beheersen, problemen oplossen) en expressief (indrukken maken op anderen). Dit laatste draagt bij tot een centrale functie van sociale activiteit die bestaat uit de ontwikkeling van een stijl en van een reputatie. Die zijn sterk verbonden aan de persoon van de ondernemer. Acties worden ondernomen met een bepaald publiek of een groep beoordelaars voor ogen, zoals: klanten, leveranciers, concurrenten, de bank, enzovoort, die niet alleen reageren op de materiële output, maar ook op reputatie als uitkomst van die output (kwaliteit) en van stijl.

De oriëntatie op *zelfstandigheid* leidt tot een rolvulling die vaak kan worden gekenmerkt als een 'one man show': de ondernemer houdt intern alle touwtjes in handen en staat voorop bij de externe contacten; er is een grote dosis reserve tegen samenwerking met andere bedrijven en instellingen, en tegen inmenging van overheid en financiers. De houding van ondernemers en hun organisaties tegenover de overheid is vaak ambivalent¹⁵. Enerzijds wil men niet lastig gevallen worden met procedures en regels. In het internationaal vergelijkend onderzoek bij ondernemers in 9 landen kwam als belangrijkste probleem voor ondernemers in Nederland (en Duitsland en Engeland) naar voren 'overheidsregels en papierwerk', en als tweede probleem 'belastingen'. In 8 van de 9 landen kwam belastingen op de tweede plaats¹⁶. Misschien is de weerzin tegen overheidsregels en papierwerk niet eens zozeer gelegen in het feit dat het gebeurt, maar in de manier waarop het gebeurt, in samenhang met verschillen in de wijze van communiceren en handelen. Anderzijds vinden ondernemers, dat de overheid er voor moet zorgen dat het mkb 'een eerlijke kans' krijgt, wat veelal betekent: bescherming tegen het grootbedrijf. Op congressen van en over het mkb kan men regelmatig, naast vrijblijvende liefdesverklaringen van politici, van ondernemers en hun vertegenwoordigers 'enerzijds anderzijds' claims op de overheid horen die moeilijk met elkaar zijn te rijmen. Voor de invoering van een exploitatiesubsidie voor winkels in kleine kernen in Noorwegen werd het idee voorgelegd aan betrokken ondernemers. Het idee werd en masse afgewezen en na invoering en masse toegepast¹⁷. Het tegengestelde komt ook voor: men vraagt om faciliteiten, en maakt er vervolgens geen gebruik

¹⁵ Zie Hankinson, *op. cit.*; R. Donckels en J. Degadt, 'SME's and public authorities, on the information and communication gap'; *International Small Business Journal*, jaargang 3, nr. 3, Spring 1985; R. Seringhaus, 'The role of information assistance in small firms' report involvement'; *International Small Business Journal*, jaargang 5, nr. 2 Winter 1986/1987, blz. 26-36.

¹⁶ Pompe e.a., *op. cit.*, blz. 74. In Japan kwam niet overheidsregels en papierwerk op de eerste plaats maar de beschikbaarheid van gekwalificeerd personeel.

¹⁷ B. Nooteboom, 'Beleid voor het handhaven van kleine winkels, een vergelijking tussen Noorwegen en Nederland'; *Beleid en Maatschappij*, december 1981, jaargang VIII, nr. 12, blz. 389-397.

van. Men vraagt om hulp van experts, maar vertrouwt ze dan niet. Het is mogelijk dat dit weer te maken heeft met het communicatieprobleem: wat men vraagt wordt niet op een passende wijze geboden. Vanwege de oriëntatie op zelfstandigheid, vakmanschap en vrijheid hebben veel ondernemers moeite met delegeren, terwijl dat veelal bij groei wel nodig is. Groei tegen wil en dank komt dan ook nogal eens voor¹⁸. De oriëntatie op het vaktechnische aspect impliceert een beperkte rolvulling ten aanzien van bedrijfskundige functies, zoals administratie, financiële controle, financiële planning, strategisch beleid, marketing, personeel en organisatie. Ook dit komt in vele onderzoeken terug. De administratie wordt veelal uitbesteed. Men heeft geen 'hoofd' voor cijfers. Men heeft niet de tijd, mentaliteit en kennis voor een calculatief-rationeel beleid op langere termijn. Dit hangt weer samen met de oriëntatie op personen eerder dan systemen. Bij grotere c.q. groeiende bedrijven is er meer aandacht voor een min of meer systematisch beleid. Het is daarbij de vraag of groei het gevolg is van een meer beleidsmatige oriëntatie of, andersom, dat groei daartoe noopt (vanwege verplichtingen en complicaties ten aanzien van nieuw personeel en kapitaalverschaffers, arbeidsdeling, een meer complexe organisatie e.d.).

Gebrek aan tijd is een belangrijke factor, en dient in de afweging te worden betrokken. Het kan echter al te gauw worden aangewend als excuus voor het achterwege laten van welke vorm van strategie dan ook. Ook is van belang de mentaliteit en het gebrek aan kennis, als gevolg van vooral de relatief lage opleiding van veel ondernemers en het gebrek aan in- en vooral externe informatie.

Bij herhaling zijn we gestoten op een probleem van informatie en communicatie. Dat onderwerp zal in de volgende paragraaf nader worden uitgewerkt.

1.2.3 Informatie en communicatie

Het informatieprobleem is onder andere gevolg van gebrek aan tijd en andere middelen. Het is echter in belangrijke mate ook een communicatieprobleem: inhoud, abstractieniveau en vorm van het bericht van de zender (ministerie, uitvoerend orgaan voor subsidies, belastingdienst, voorlichtende instantie, transferpunt e.d.) en het communicatiemedium (formulieren, brochures) sluiten vaak slecht aan bij het absorptievermogen van de ontvangende ondernemer. De wijze van communiceren hangt samen met de *persoonlijkheid* van het ondernemerschap: oriëntatie op persoonlijke contacten en het gesproken woord. Het beperkte absorptievermogen is deels het gevolg van een te laag niveau, of een verkeerde richting, van de opleiding van de ondernemer, en hier kan, uiteraard met de nodige vertraging, wat aan worden gedaan. Maar er valt ook het een en ander te verbeteren aan de kant van de afzenders en aan de communicatiekanalen.

Verskillende onderzoeken wijzen met grote eensgezindheid op het verschijnsel dat de meeste kleine ondernemers als externe informatiebron in de allereerste plaats gebruik maken van directe zakelijke contacten: klanten, leveranciers en collega's¹⁹. Op de tweede plaats komen vakliteratuur en beurzen. Externe adviseurs worden vooral door kleine bedrijven niet of nauwelijks gebruikt, behalve boekhouders/accountants (i.v.m. de eerder besproken uitbesteding van de administratie) en banken, maar dan vooral met betrekking tot financiële informatie. Informatieloketten van de overheid en aan de overheid gelieerde instellingen komen op de laatste plaats.

¹⁸ Van den Tillaart e.a., *op. cit.*

¹⁹ Cannon, *op. cit.*; Donckels e.a., *op. cit.*; NOBIN, *op. cit.*; H.J. Docter en C.T.M. Stokman, *Diffusie van innovaties, met kennis meer kans*; Zoetermeer, Economisch instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986; NIPO, *Panelonderzoek mkb ten behoeve van het KNOV*; augustus 1986.

In een onderzoek van het NOBIN op basis van een steekproef van ruim 100 industriële bedrijven met tussen de 10 en 200 werkenden wordt een uitsplitsing gegeven naar 'dynamische', 'technisch georiënteerde', 'traditioneel ingestelde' en 'crisis ondernemers' ²⁰. De overgrote meerderheid (82%) viel buiten de groep van 'dynamische ondernemers'.

Ondernemers- en branche-organisaties vormden voor die meerderheid de meest gebruikte bron van informatie (door 44% gebruikt). Op de tweede plaats kwamen informele contacten (41%), gevolgd door beurzen (36%) en vakbladen (34%). Technische en andere universiteiten scoorden 13% en het TNO 9%. De groep van 'dynamische ondernemers' vertoonde een afwijkend patroon, met het gebruik van vakbladen op de eerste plaats (60%), gevolgd door voorlichtingsafdelingen van overheidsinstellingen (53%). Ook voor deze groep scoorden informele contacten echter hoog: op de derde plaats met 47%. Beurzen kwamen op de vijfde plaats met 29%. Universiteiten en het TNO scoorden ook voor deze groep laag: 6 respectievelijk 18%. Deze groep van ondernemers heeft een meer gericht zoekgedrag en is vatbaar voor meer formele bronnen. Het NOBIN rapport pleit er daarom voor om deze groep als speerpunt te nemen en daar de aandacht in eerste instantie op te concentreren.

Ook in een Japans onderzoek scoorden het gebruik van databestanden, externe adviseurs, overheid en universiteiten laag ²¹.

Men moet bij de beoordeling van dergelijke scores rekening houden met het feit dat naar de aard van het onderwerp sommige bronnen frequenter worden geraadpleegd dan andere bronnen. Een radicale technische ingreep voor produktinnovatie komt minder vaak voor dan de aanpassing van de prijs, verpakking, distributie of het grondstofgebruik van een bestaand produkt. Alleen al om die reden kan bijvoorbeeld een bron van technische informatie als minder belangrijk uit de bus komen dan een bron van marktinformatie.

In een NIPO/KNOV onderzoek van bronnen die gebruikt worden voor technologische vernieuwing scoorden vakbladen 59%, leveranciers 51%, branche organisaties 27%, TNO 10%, universiteiten 5% en transferpunten 2% ²². Hierbij zij aangetekend dat deze uitkomst mede wordt bepaald door het feit dat het mkb minder is gericht op onderzoek (waar TNO, universiteiten en transferpunten mee zijn verbonden) dan op produktontwikkeling en het op de markt brengen van produkten ²³. Toch valt moeilijk te ontkennen dat de uitkomsten van dit soort onderzoek ook aangeven dat er een communicatieprobleem is: zender en ontvanger sluiten niet goed op elkaar aan naarmate de afstand in ruimte en wijze van denken en handelen toeneemt.

De succesvolle ontvangst van informatie hangt af van beschikbare tijd; kundigheid om het belang er van te zien en om deze te ontvangen en te verwerken; verzet tegen ontvangst (door onwennigheid, angst dat een verzoek om informatie of het accepteren ervan als blijk van zwakte wordt geïnterpreteerd, angst voor de noodzaak van verandering die in de informatie verpakt kan zijn) ²⁴.

Aan de kant van de zender zijn van belang: tijdrovendheid en complexiteit van de informatie; relevantie en begrijpelijkheid; mate waarin de informatie vertrouwenwekkend en hanteerbaar is. Het NOBIN rapport merkt hierover op: 'De technische informatieleveranciers gaan er klaarblijkelijk van uit, dat zich alleen maar wetenschappelijke onderzoekers onder hun klanten bevinden. De marktinformatieleveranciers (EVD, KvK enz.) vergeten, dat dergelijke informatie voor een bedrijf alleen dan relevant is als zij gekoppeld is aan een specifiek produkt, dus dat de

²⁰ NOBIN, *op. cit.*, blz. 78.

²¹ Donckels, *op. cit.*, blz. 24; MITI, 'Small Business in Japan'; *Small Business Enterprise Agency*, Tokyo, MITI, 1984, blz. 40.

²² NIPO, *op. cit.*

²³ P.J. Kalff, *Nieuwe technologie voor het mkb, modegril of noodzaak?*; Inleiding KNOV-jaarcongres, 3 november 1986.

²⁴ Donckels e.a., *op. cit.*, blz. 26.

centrale ingang de produkt-markt combinatie is' ²⁵. Het NOBIN rapport onderscheidt 'gebruikelijke' informatie (via een netwerk van door de ondernemer opgebouwde relaties met leveranciers, klanten, collega's, accountant, Kamers van Koophandel, verkopers en beurzen) en 'ongebruikelijke' informatie (voor nieuwe ontwikkelingen en strategisch beleid, te ontlenen aan onder andere transferpunten, TNO, adviesbureaus) ²⁶. Ook maakt het een onderscheid tussen 'grove' informatievoorziening (basis aanbod van documentaire informatie) en 'verfijnde' voorziening waarin de basisinformatie wordt uitgelicht, toegespitst en toegelicht door intermediairs ²⁷. Dit werkt het best mondeling door mensen die dichtbij de praktijk staan. Ook dit aspect komt in veel onderzoek naar voren. De grove informatievoorziening is goedkoop maar sluit niet goed aan op de receptieve vaardigheden van de ondernemer. Vooral de mondelinge gespecialiseerde informatievoorziening sluit beter aan, maar is ook veel duurder.

Seringhaus (1986/87) maakt in navolging van Johanson en Vahlne (1977) een onderscheid tussen 'objectieve' en 'experientiële' informatie. Objectieve informatie is de documentaire informatie in de 'grove' voorziening. Experientiële informatie 'wordt persoonlijk verkregen door directe contacten op de markt of met klanten....door het meemaken van situaties en gebeurtenissen' ²⁸. De ondernemer leert al doende, in actie en interactie ²⁹.

Wat doet de ondernemer die zelf te weinig tijd heeft, de taak niet aan een ander in het bedrijf kan of durft te delegeren, de grove informatievoorziening tijdrovend en voor hem moeilijk toegankelijk vindt, en de verfijnde informatievoorziening via commerciële adviseurs te duur vindt? Hij vindt de rationele uitweg van een zorgvuldig opgebouwd en onderhouden informeel en persoonlijk informatienetwerk van leveranciers, klanten, collega's, accountant, persoonlijke raadsmanen, de bankrelatie, en dergelijke. Hier doet hij of zij voorgestructureerde en gratis informatie op in contacten die hij toch moet onderhouden. Hij kan dit netwerk gebruiken niet alleen voor ontvangen, maar ook voor zenden: voor het projecteren van zijn stijl, het opbouwen en onderhouden van zijn reputatie, en de werving en binding van klanten ³⁰. Voor een buitenstaander en van een afstand lijkt het misschien erg ad hoc en ongestructureerd, maar daarachter kan een optimale oplossing schuil gaan. Echter: wat ad hoc en ongestructureerd lijkt kan ook werkelijk chaotisch en stuurloos zijn.

Johannisson (1986) gaat zover te beweren dat het persoonlijke netwerk van de ondernemer zijn voornaamste activum is ³¹. Het netwerk is volgens Johannisson ook een vangnet met het oog op de kwetsbaarheid van de kleine onderneming (door geringe risicospreiding), en 'only by skilful networking can the entrepreneurial firm find shortcuts through the institutional jungle of the negotiated economy' ³².

1.3 Bedrijfskenmerken

Nadat in de voorgaande paragraaf is ingegaan op het ondernemerschap verschuift de aandacht thans naar het bedrijf. Ondanks – en dat geldt met name voor het kleinbedrijf – de sterke vervlochtenheid van de persoon van de ondernemer met de onderneming is het toch goed in de analyse dit onderscheid aan te brengen. Allereerst komen aan de orde

²⁵ NOBIN, op. cit., blz. 32.

²⁶ *Ibid.*, blz. 8-9.

²⁷ *Ibid.*, blz. 23.

²⁸ Seringhaus, op. cit., blz. 27.

²⁹ Zie de eerdere verwijzing, in noot 3, naar de mogelijkheid van gebruik van de theorie van het 'communicatief handelen' van Habermas (1982).

³⁰ Zie het eerder besproken contingentiemodel van het functioneren van de ondernemer.

³¹ B. Johannisson, 'Network strategies, management technology for entrepreneurship and change'; *International Small Business Journal*, jaargang 5, nr. 1, Autumn 1986, blz. 20.

³² *Ibid.*

schaaleffecten. Vervolgens zal worden nagegaan hoe de centrale factoren zelfstandigheid, persoonlijkheid en kleinschaligheid doorwerken in de eigenschappen van kleine en middelgrote bedrijven.

1.3.1 *Schaaleffecten*

Zoals eerder besproken is *kleinschaligheid* aantrekkelijk als voorwaarde voor zelfstandigheid en persoonlijkheid, en voor een sterke betrokkenheid bij het vaktechnische aspect van de bedrijfsvoering. Er zijn echter ook nadelige schaalears effecten aan verbonden.

Met 'schaaleffecten' wordt bedoeld bedrijfseconomische schaalears effecten in de zin van hogere kosten of lagere opbrengsten, per eenheid productie of afzet, bij een lager volume van inputs, productie of afzet. Er zijn vele soorten schaalears effecten: in fysieke productie, dienstverlening, vervoer, reclame en distributie, toelevering, stafdiensten, organisatie, de vergaring en verwerking van informatie, informatie-overdracht, onderzoek en ontwikkeling, opleiding, training en bijscholing, de uitvoering van overheidsregelingen, de productie van nationale statistieken, de voorbereiding van wetten en regelingen en in het maken van politieke keuzen. Sommige economen maken modellen met produktiefuncties zonder schaalears effect, maar de wereld staat er bol van.

In fysieke productie ontstaan schaalears effecten door de beperkte deelbaarheid van machines, apparatuur en werktuigen; door relatief hogere materiaal- en energiekosten bij geringere capaciteit³³; door een lagere bezettingsgraad van een machinepark bij een lager capaciteitsniveau³⁴; door geringere arbeidsdeling en specialisatie bij een geringer arbeidsvolume. In dienstverlening (detailhandel, horeca, lokettenservice, gezondheidszorg) is er een schaalears effect door het optreden van een minimum in de servicecapaciteit (een 'drempel' bestaande uit één persoon met de benodigde ruimte en hulpmiddelen) in samenhang met de waarschijnlijkheidstheoretische eigenschappen van klantenbezoek, met als gevolg een lagere bezettingsgraad op een lager capaciteitsniveau³⁵. In het vervoer treden schaalears effecten op door het eerder genoemde verband tussen capaciteit en materiaal- en energiekosten en het feit dat een klein voertuig (bus, vrachtwagen, vliegtuig, boot) minimaal even veel besturingscapaciteit (1 chauffeur) vergt als een groot. Een distributienetwerk rendeert beter naarmate er meer doorheen stroomt en een reclamebericht rendeert beter naarmate het aandeel van het (potentiële) koperspubliek in het lezers/kijkerspubliek groter is. Dit geldt met name als het bedrijf verschillende produkten biedt die passen in hetzelfde distributienet en in dezelfde reclameboodschap. In toelevering geldt een schaalears effect als toepassing van een apparaat of een methode een beduidende investering vergt voor aanpassing voor een specifieke gebruiker. Bij een grote gebruiker is deze investering gemakkelijker terug te verdienen. Als een kleine gebruiker de aanpassingskosten niet kan betalen moet men streven naar confectie voor een voldoende homogene groep kleingebruikers, die toch een zekere aanpassing vergt van de ene gebruiker tot de andere, terwijl de confectie moeilijk is af te schermen tegen namaak. Dit probleem speelt momenteel onder andere in de toelevering van automatiseringsdiensten aan het mkb. Schaalears effecten in stafdiensten en organisatie behoeven na het voorgaande nauwelijks toelichting. De vergaring en verwerking van informatie

³³ De inhoud van een bol neemt toe met de derde macht en het oppervlak met de tweede macht van de straal. Capaciteit is gerelateerd aan inhoud en materiaal aan oppervlak. Energie is gerelateerd aan massa, die gerelateerd is aan materiaal. De materiaal- en energiekosten per eenheid capaciteit zijn dan bij benadering omgekeerd evenredig met de capaciteit tot de macht 1/3.

³⁴ Bij in serie geschakelde machines met discrete capaciteitsniveaus voor deelprocessen wordt de bezetting per machine bepaald door het kleinste gemene veelvoud van deelcapaciteit. De maximale bezettingsgraad neemt dan toe met de capaciteit van het systeem. Zie H.J. Kuhlmeier en J. Keus, *Industriële economie*; Leiden, Stenfert Kroese, 1982.

³⁵ B. Nooteboom, 'Threshold costs in service industries'; *Service Industries Journal*, januari 1987, jaargang 6, nr. 1, blz. 65-76.

vergen drempelinvesteringen in een netwerk van rapporteurs en receptoren, in kennis en in hulpmiddelen (telecommunicatie, computers). Bij informatie-overdracht is het gemakkelijker en goedkoper om enkele grote bedrijven te bereiken dan vele kleine. Zeker als die grotere bedrijven door hogere opleiding, specialisatie en meer interne ondersteuning een groter absorptievermogen hebben. In sommige soorten onderzoek en ontwikkeling nemen de benodigde specialisaties en investeringen zo toe, dat zij zelfs voor grote concerns zonder (internationale) samenwerking niet meer haalbaar zijn. De schaafeffecten in opleiding, training en bijscholing behoeven nauwelijks toelichting. Schaafeffecten in de uitvoering van overheidsregelingen ontstaan deels door de reeds genoemde schaafeffecten in informatie-overdracht, maar gaan verder. Overheidsregelingen en vooral subsidies en garanties gaan gepaard met procedures voor toekenning en controle om misbruik of onbedoeld gebruik tegen te gaan. De procedure wordt per geval aangegaan en de kosten hangen niet of slechts in beperkte mate af van de omvang van het bedrag of het belang dat er mee gemoeid is. Dat betekent dat voor het kleinere bedrag of het kleinere belang voor het kleinere bedrijf de kosten ('transaction/agency costs') relatief hoog zijn. Die kosten liggen niet alleen bij de centrale overheid zelf, maar ook bij de ondernemer en bij intermediaire instanties (banken, adviseurs, lokale overheden). Zo ligt het bijvoorbeeld in de lijn der verwachting dat het toekennen van door de staat gegarandeerde kredieten aan kleine bedrijven vanwege de procedure voor banken en voor de ondernemers, relatief onaantrekkelijk is. Bij de productie van nationale statistieken ligt een schaafeffect in het simpele feit dat een x bedrag aan toegevoegde waarde of aandeel nationaal produkt goedkoper en gemakkelijker is gevuld met de waarneming van een klein aantal grote bedrijven dan met de waarneming van een groot aantal kleine bedrijven³⁶. Daar komt nog bij dat de communicatie met kleine bedrijven moeilijker is en de administratiesystemen gebrekiger zijn. Dat laatste komt dan weer door schaafeffecten in het opzetten van systemen voor administratie (BTW, loonadministratie, belasting, bank, enz.). Ook in de voorbereiding van wetten en regelingen en in het maken van politieke keuzen is voorkeur voor het grote als het ware ingebakken, omdat men daar relatief minder moeite hoeft te doen voor een groter effect.

Er zijn ook nadelen van grootschaligheid, die voornamelijk verband houden met een meer dan proportionele toename van procedures voor afstemming, controle en interne communicatie in het algemeen. Dit is ten dele onvermijdelijk om fragmentatie te voorkomen en om de potentiële voordelen van een grote schaal te realiseren. Dit is in belangrijke mate een luxeprobleem; als bij verdere uitbouw van complexiteit de voordelen niet meer opwegen tegen de nadelen zal een rationele bedrijfsvoering niet zo ver gaan. De huidige tendens naar decentralisatie, deconglomeratie en afstoting van taken geeft aan dat men in het verleden wel te ver is gegaan³⁷. Organisatorische complexiteit is voor een deel ook te wijten aan een historische ballast als gevolg van voortdurende organisatorische aanpassingen. De grotere organisatorische en communicatieve complexiteit leidt niet alleen tot een gedeeltelijke erosie van positieve schaafeffecten in de kosten, maar ook tot een verminderde slagvaardigheid.

De indicatie is dat de sterke en zwakke punten van groot en klein elkaars spiegelbeeld zijn en dat er derhalve sprake zou kunnen zijn van complementariteit tussen groot en klein. We gaan daar in een latere paragraaf nader op in.

³⁶ Deze overweging dreigde even bij de huidige bezuinigingen bij het CBS te leiden tot een relatief sterke inkrimping van de statistische gegevens van kleinere bedrijven.

³⁷ Van belang is ook dat heden vooral voor geïntegreerde productie-automatisering een vermindering van organisatorische complexiteit gewenst is, en anderzijds administratieve en communicatieve automatisering een reductie van organisatorische complexiteit mogelijk maakt.

1.3.2 Kleinbedrijf

Vanwege het grote belang van de persoon van de ondernemer worden vooral in de kleinere bedrijven de bedrijfskenmerken sterk beïnvloed door motivatie, oriëntatie en functioneren van de ondernemer.

In het voorgaande werden als centrale factoren daarbij onderkend: *zelfstandigheid* en *persoonlijkheid*. Deze hangen samen met *kleinschaligheid* als derde centrale factor, die ook nadelen met zich meebrengt in de vorm van bedrijfseconomische schaaffecten. Nu zal worden nagegaan hoe deze factoren doorwerken in de eigenschappen van kleine bedrijven.

De *persoonlijkheid* van het ondernemerschap leidt onder andere tot een sterke vervlechting van het persoonlijke en het zakelijke in de tijdbesteding en de relaties van de ondernemer zelf, in de vermogensstructuur (eigen persoonlijk vermogen en vermogen van vrienden en familie), verbruik (verbruik door het eigen gezin) en behuizing (woonpand/bedrijfspan). Deze vervlechting leidt tot een diepe verankering in een lokale gemeenschap en een geringe mobiliteit van het bedrijf. Dit laatste wordt het mkb nogal eens verweten. Dat verwijt mag ten dele terecht zijn, maar men moet niet het belang uit het oog verliezen van de lokale reputatie van een ondernemer, en van het vaak zorgvuldig opgebouwde persoonlijk/zakelijke informatie netwerk. Verhuizing gaat gepaard met een belangrijke, maar voor een groot deel onzichtbare kapitaalvernietiging. Het persoonlijke netwerk vormt ook een probleem bij overname en opvolging: hoe kan men bij overdracht het netwerk in tact houden, gezien de vervlechting met de persoon van de ondernemer? Het levert een obstakel voor groei: de noodzaak tot delegeren leidt tot een verbreking van het monopolie van de ondernemer over de externe betrekkingen. Dit kan bedreigend zijn voor de ondernemer, en het is vaak moeilijk om anderen uit het bedrijf in het netwerk in te passen³⁸. Kortom: het netwerk biedt een rationele (efficiënte en effectieve) oplossing voor het probleem van externe informatie en communicatie, maar geeft beperkingen ten aanzien van mobiliteit, groei, overname en opvolging. De *zelfstandigheid* en *persoonlijkheid* van het ondernemen leiden tot het samengaan van bedrijfsleiding en eigendom van vermogen. Dit geeft een persoonlijke betrokkenheid en motivatie die uitzonderlijk is vergeleken met vele grotere bedrijven waar de werknemende leiding een meestal of grotendeels van rendement losstaand inkomen geniet. Afgezien van andere factoren zou dit het mkb tot een aantrekkelijk object moeten maken voor financiële instellingen. De keerzijde van het samengaan van leiding en eigendom is wel dat het kan leiden tot risicomijdend gedrag. Het winstinkomen van de zelfstandige wordt gezegd drie functies te hebben: consumeren (inkomen voor de ondernemer en het gezin), investeren (voor uitbreiding, vervanging of vernieuwing) en reserveren (voor ziekte, oude dag en dekking van onverzekerbare risico's). In het stelsel van belastingen en sociale zekerheid zou hier stelselmatig rekening mee moeten worden gehouden. De eerder besproken oriëntatie op het produkt en op vakmanschap van vele ondernemers, hun geringe affiniteit met administratie, abstractie, formele planmatigheid en 'grove' formele en schriftelijke externe informatie werken uiteraard sterk door in het bedrijf. De voorkeur voor informele en weinig gestructureerde relaties en taken binnen het bedrijf is realistisch en uitvoerbaar vanwege de *kleinschaligheid*.

Zolang er niet of nauwelijks een middenkader in het bedrijf is, kan de ondernemer vanwege de korte communicatielijnen gemakkelijk zelf persoonlijk communiceren met werkenden op uitvoerend niveau, en kunnen de werkenden dit onderling ook. De ondernemer heeft ook direct contact met afnemers en leveranciers. Hij neemt veelal zelf deel aan de uitvoering. Dit sluit goed aan bij zijn of haar hang naar vakmanschap. In deze structuur kan de ondernemer ook nog alle beslissingen en touwtjes

³⁸ Johannisson, *op. cit.*

in eigen hand houden. De leiderschapsstijl is vaak autocratisch en paternalistisch, maar er is wel veel direct overleg³⁹. Vanwege het geringe personeelsbestand bij een veelheid van taken, is er vaak een grote mate van zowel integratie als variatie van taken per persoon. Dit komt ten goede aan de inhoudelijke kwaliteit van de arbeid en vergt een zekere minimale opleiding⁴⁰. De nadelige kant van deze situatie is dat er weinig mogelijkheden zijn voor specialisatie en voor staffuncties. Dit bekende 'stafmanco' legt ernstige beperkingen op ten aanzien van bedrijfskundige functies zoals strategisch beleid, financiële planning, marketing, export en het uitbaten van subsidiemogelijkheden. Deze taken berusten dan bij de drukbezette ondernemer, die stuurt op het kompas van zijn intuïtie en drijft op zijn persoonlijk informatienetwerk. Gegeven het gebrek aan gespecialiseerde capaciteit kan het immers moeilijk anders. We moeten er voor oppassen de kleine ondernemer allerlei formele gecompliceerde en tijdrovende procedures op te dringen die een bestaande en wellicht optimale prioriteitsstelling verstoren. Ongestructureerdheid is niet hetzelfde als irrationaliteit. Ongestructureerdheid kan optimaal zijn, gegeven een beperkte capaciteit⁴¹. Het kan echter ook de manifestatie zijn van stuurloosheid; van een bedrijf dat een speelbal is van zijn omgeving, waar succes of falen wordt bepaald door de samenloop van omstandigheden.

De *zelfstandigheid* (d.w.z. eigen beslissingsruimte) van de ondernemer, de *persoonlijke* en informele relaties, de korte communicatielijnen en de integratie en variatie van taken, creëren de mogelijkheid van een grote slagvaardigheid, in de zin van snelle besluitvorming in reactie op externe wensen of ontwikkelingen. Of van deze potentiële slagvaardigheid gebruik wordt gemaakt hangt af van externe noodzaak en kansen, en van de instelling en stijl van de ondernemer. Deze slagvaardigheid is een aspect van het bredere begrip flexibiliteit, maar het mkb is bepaald niet in alle opzichten flexibel. Eerder wezen we reeds op het gebrek aan ruimtelijke mobiliteit en aanpassingsvermogen ten aanzien van opvolging, overname en groei. Het mkb bedrijf ontbeert ook flexibiliteit, in de zin van het kunnen opvangen van klappen en risico's. Vanwege de *kleinschaligheid* is het bedrijf kwetsbaar door een geringe risicospreiding, als gevolg van een geringe spreiding van produkten naar aard en geografisch bereik. Als het slecht gaat met de markt voor 'het eigen produkt' in 'de eigen omgeving', gaat het al gauw slecht met het bedrijf. De geringe risicospreiding maakt, afgezien van andere factoren, het kleinere bedrijf tot een risicovol en derhalve minder aantrekkelijk object voor financiers. Eerder zagen we dat de sterke persoonlijke betrokkenheid en motivatie het kleine bedrijf tot een aantrekkelijk object zouden moeten maken. Ook hoogwaardig vakmanschap en technisch kunnen zouden daartoe bij moeten dragen. Het laatste is echter vooral relevant bij nieuwe produktontwikkeling en ook daar is het risico weer hoger. Aangezien bij banken vooral risico's tellen, immateriële activa moeilijk zijn te beoordelen en slechts overdraagbare activa als zekerheden kunnen tellen (motivatie, expertise, goodwill en netwerken zijn zowel immaterieel als moeilijk overdraagbaar), is in het algemeen voor het kleine bedrijf de toegang tot vreemd vermogen beperkt. Naast deze problemen ten aanzien van de beschikbaarstelling van vreemd vermogen is er aan de vraagkant, bij de ondernemer, veelal sprake van terughoudendheid vanwege zijn hang naar *zelfstandigheid*: hij wil 'geen vreemde pottenkijkers'. Een en ander leidt tot het vaak geconstateerde verschijnsel dat in kleine bedrijven relatief veel gebruik wordt gemaakt van eigen vermogen van de ondernemer of vermogen van familie en vrienden, dat minder

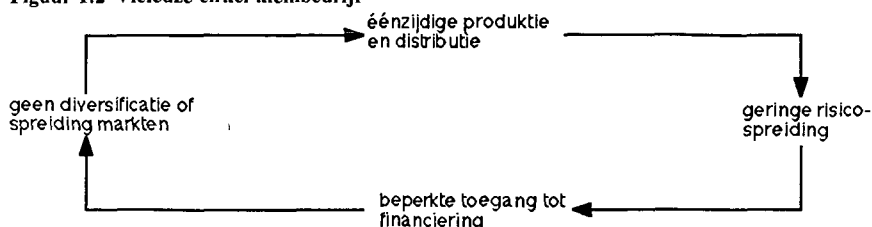
³⁹ Van den Tillaart e.a., *op. cit.*

⁴⁰ C.C.P.M. van Ginneken, *Wie werken in het midden- en kleinbedrijf*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985.

⁴¹ B. Nooteboom, *A behavioural model of diffusion in relation to firm size*; Research paper, Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986.

'vreemd' is en waarbij immateriële activa wel een rol spelen. Dit legt echter beperkingen op aan de totale omvang van het vermogen. Mogelijkheden voor diversificatie zijn voor een klein bedrijf vaak gering ten gevolge van de beperkte financiële middelen, mentale reserves en andere obstakels voor groei en beperkingen in de organisatorische infrastructuur (geen stafdiensten, distributienetwerken, e.d.). Aldus ontstaat een vicieuze cirkel: zie figuur 1.2.

Figuur 1.2 Vicieuze cirkel kleinbedrijf



Er zijn ook minder uitwijkmogelijkheden ten aanzien van grondstoffen en hulpgoederen dan voor een groot concern, dat kan kiezen voor eigen productie van inputs of eigen importen. Waar groot en klein met elkaar concurreren (detailhandel) kunnen deze uitwijkmogelijkheden voor het grootbedrijf leiden tot een hogere prijselasticiteit, wat leidt tot prijsdiscriminatie ten detrimente van het kleinbedrijf⁴². Zoals reeds eerder geconstateerd leidt de hang naar zelfstandigheid ook tot terughoudendheid ten aanzien van samenwerking met andere bedrijven en tot de neiging alles zelf te willen doen. In toenemende mate is echter op verschillende fronten samenwerking een vereiste. In de detailhandel is samenwerking ten aanzien van inkoop en fysieke distributie nodig om een 'counterailing power' te creëren tegenover de inkoopmacht van het grootwinkelbedrijf. In de industrie is samenwerking nodig om als toeleverancier toe te treden in projecten van 'comakership' met grote bedrijven. Men moet ook ten aanzien van componenten en onderdelen niet alles zelf willen maken, en bereid zijn om die ook te betrekken van grote bedrijven. Voor produktontwikkeling kan samenwerking met collega's van grote waarde zijn om elkaars kennis en ervaring uit te wisselen, en om door deling van risico's de kwetsbaarheid te verminderen. Bij export moet men overwegen om als alternatief voor directe, eigen export gebruik te maken van handelshuizen en van indirecte export via toelevering of samenwerking met grotere bedrijven met meer exportervaring ('piggy-back export')⁴³. Dit is vooral van belang voor een klein land als Nederland en voor zolang grensoverschrijding wordt gecompliceerd door douaneprocedures en verschillen in technische specificaties en eisen van kwaliteit en veiligheid. Overigens zullen door de technische ontwikkeling vormen van samenwerking en conformatie aan technische eisen worden opgelegd. Leveranciers zullen niet of slechts tegen exorbitante prijzen leveren als de afnemer zich niet conformeert aan procedures voor bestellingen en voorraadbeheer. In het elektronisch betalingsverkeer valt men uit de boot als men zich niet conformeert aan door banken gekozen procedures en specificaties. Men kan zich bij dit alles afvragen wat er overblijft van de zelfstandigheid, maar de ontwikkeling lijkt onvermijdelijk.

Een andere categorie nadelen van de *kleinschaligheid* is gelegen in bedrijfseconomische schaaffecten, zoals reeds in het voorgaande besproken.

Om niet te vervallen in karikaturen is het misschien goed om de complexiteit van bedrijfskenmerken in het oog te houden. Het is dan wel van belang om de onderlinge samenhang tussen die kenmerken aan te geven. Een poging hiertoe wordt gedaan in bijgaand schema (figuur

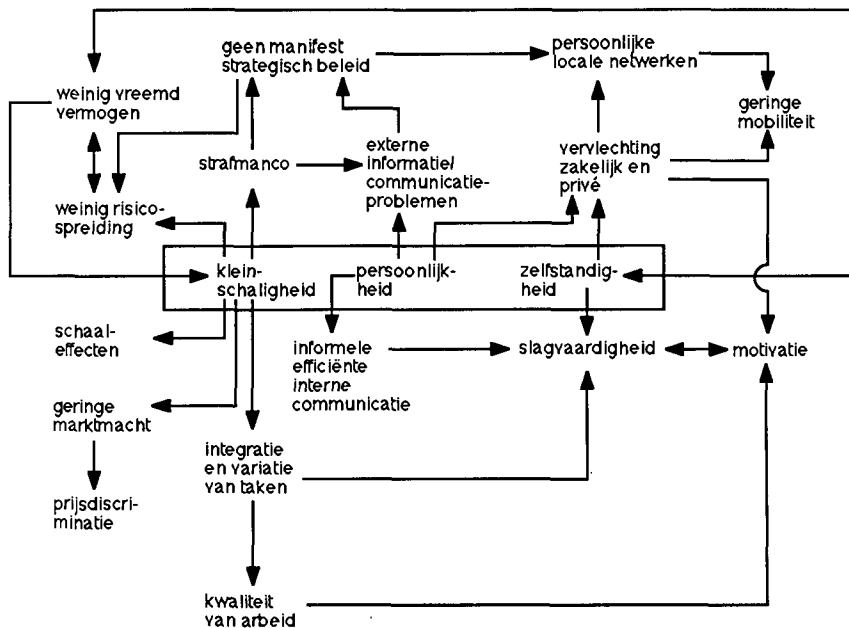
⁴² F.M. Scherer, *Industrial market structure and economic performance*; Boston, Houghton Mifflin Company, 1980.

⁴³ *Exportierend mkb in industrie en groothandel*, door Th.J.J.M. van der Berg, J.W. van Elk, B. Nootboom e.a., Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986.

1.3), dat aangeeft hoe de verschillende bedrijfskenmerken voortvloeien uit de centrale factoren zelfstandigheid, persoonlijkheid en kleinschaligheid. Aldus worden een samenvatting en een ordening gegeven van het voorgaande.

Het geheel van eigenschappen wijst op een zekere potentie voor dynamiek, maar er is bij vele bedrijven veel meer een oriëntatie op stabiliteit: stabiliteit als doelstelling en als uitgangspunt. Dit ligt ook verankerd in de traditionele waardenoriëntatie van de middenstand zoals eerder aangestipt. Velen willen niet per se groeien. Innovatie komt vaak meer voort uit een drang tot zelfrealisatie dan een drang tot winst, groei of macht. De motivatie is meer intern dan extern. En als de markt stabiel zou zijn, dan is oriëntatie op de markt ook van minder belang. Markten zijn echter vooral heden ten dage steeds minder stabiel.

Figuur 1.3 Complex van eigenschappen



1.3.3 Middenbedrijf

In het voorgaande is apart aandacht besteed aan het kleinbedrijf vanwege het grote aandeel daarvan in het aantal ondernemingen. Economisch gezien, naar aandeel in de productie, is het aandeel van het middenbedrijf (tussen 10 en 100 werkzame personen) echter groter dan dat van het kleinbedrijf (minder dan 10 werkzame personen): het aandeel van het middenbedrijf in de totale bruto toegevoegde waarde van het mkb (tegen factorkosten) bedraagt 65%. De grens van 10 werkzame personen lijkt wat willekeurig, maar het is toch in de omgeving van deze grens dat het bedrijf gaat veranderen van structuur en werkwijze. Waar de grenzen precies liggen hangt af van de sector. In de industrie is een bedrijf van 50 personen relatief klein en in de detailhandel groot.

Slechts een minderheid van de kleine bedrijven groeit uit tot het middenbedrijf. Als een klein bedrijf groeit ontstaat vroeg of laat tussen ondernemer en uitvoerenden een middenlaag van leidinggevend en eventueel een of meer staffunctionarissen. Dit vergt een delegatie van taken en verantwoordelijkheden waartoe de als pionier begonnen ondernemer niet altijd in staat en bereid is. Toch zal het moeten; de prijs die men betaalt voor het intensief betrokken blijven bij uitvoerende werkzaamheden is dat de meer strategische, beleidsmatige, verkennende en sturende

taken of wel worden overgenomen, waardoor de ondernemer zijn rol verspeelt, of wel achterwege blijven, waardoor de ondernemer zijn bedrijf verspeelt. Omdat het geheel van taken en relaties niet meer in te passen is in de persoonlijke 'span of control' van de ondernemer, treedt een zekere externalisering van beheer op in een verdere explicitering, structurering en formalisering van taken, bevoegdheden en relaties. Dit geldt intern, maar ook extern, waar niet alleen de ondernemer meer het netwerk van relaties onderhoudt en relaties een meer puur zakelijk karakter krijgen. Er wordt ook meer gebruik gemaakt van beroepsmatige adviseurs. Bij een groeiende personeelsomvang wordt strakker toegezien op de naleving van arbeidsvoorwaarden, en krijgt men te maken met geformaliseerde procedures en structuren voor inspraak. Samengevat: niet alleen de *kleinschaligheid* maar ook de factoren *persoonlijkheid* en *zelfstandigheid* krijgen minder gewicht. Niet in zijn dagelijkse activiteiten, maar wel mentaal blijft de ondernemer echter meestal nauw betrokken bij 'zijn' produkt en 'zijn' klanten.

Waar er in den beginne geen sprake was van manifest strategisch gedrag en de strategie, indien aanwezig, impliciet was en verweven met de intuïtie en de reflectie van de ondernemer, steekt nu een manifeste strategie zo nu en dan de kop op. Er is veelal sprake van een ad hoc en incidenteel strategisch gedrag.

Een gevaar in de fase van groei, na een succesvol begin, ligt veelal in de financiële structuur. Vooral bij succes vanwege een innovatie die gemakkelijk kan worden geïmiteerd is het strategisch gewenst om door snelle investering en marktverbreiding dat succes uit te buiten. In deze periode vol elan kunnen problemen rijzen ten aanzien van rentabiliteit en liquiditeit omdat de uitgaven al te zeer vooruitlopen op de inkomsten. Ook kunnen problemen ontstaan door het achterblijven van aanpassingen in de organisatie. Fasen van expansie dienen vaak te worden onderbroken of afgewisseld door fasen van consolidatie⁴⁴. In een nog later stadium rijzen strategische vragen omtrent aanpassing/vernieuwing/schaalvergroting van de produktie, marktverbreiding, nieuwe produktontwikkeling, diversificatie en sanering. Het strategisch beleid wordt meer continu en structureel. Produktdivisies ontstaan, afdelingen voor onderzoek en ontwikkeling en wellicht buitenlandse kantoren. Men betreedt de open kapitaalmarkt. Het bedrijf komt dan in de regionen van het grootbedrijf, of bevindt zich daar al. Voordat het zover komt kan de ondernemer besloten hebben dat hij klein wil blijven, maar dat valt niet altijd mee. Als het oude, vertrouwde produkt verandert moet men voor overleving wel meedoen aan produktontwikkeling of aan schaalvergroting. Men kan gedwongen worden tot voorwaartse of achterwaartse integratie omdat concurrenten dat doen en anders afzetkanalen of grondstoffen worden bedreigd. Men kan meegezogen worden in een fusie. De ondernemer kan ook een overname uitlokken of zelf initiëren om van alles af te zijn⁴⁵.

1.4 Mogelijke bijdragen van het mkb

Een beoordeling van de maatschappelijke waarde van het mkb moet beargumenteerd kunnen worden op grond van een keuze van maatschappelijke doelstellingen en een evaluatie van de feitelijke of potentiële bijdragen hieraan van het mkb, in relatie tot alternatieven.

Pompe (1980) verwijst naar Sock (1966) en Geiger (1932) voor een samenvatting van maatschappelijke waarden volgens de oude middenstandsideologie⁴⁶:

⁴⁴ C. Perry, 'Growth strategies for small firms, principles and case studies'; *International Small Business Journal*, jaargang 5, nr. 2, Winter 1986/1987.

⁴⁵ N.R.A. Krekel en G. Prins, 'Fusie en overneming als strategische stap'; in J.G. Wissema, *De praktijk van strategische beleidsvorming*; Amsterdam, Intermediair, 1979, blz. 293-300.

⁴⁶ Pompe, *op. cit.*, blz. 79.

1. sociale, integratieve functie; de 'Middenstand' als tussenstation voor sociale stijging ('sociale lift') of daling, ter verzachting van sociale spanningen en ter bevordering van sociale mobiliteit;
2. ambacht als bolwerk tegen industriële vervreemding, massificatie en ontpersoonlijking (Gemeinschaft i.p.v. Gesellschaft);
3. behoud en bevordering van persoonlijk verantwoordelijkheidsbesef; zelfstandigheid, autonomie, zelfontplooiing, vrije onderneming, individueel prestatievermogen;
4. stabilisatie: stootkussen tussen kapitaal en arbeid.

De maatschappelijke waarden die aan het mkb werden toegekend hielden onder ander verband met de rooms-katholieke sociale leer van het 'solidarisme'. Daarin werd gestreefd naar harmonie tussen arbeid en kapitaal op basis van een organische visie op de maatschappij, die vorm moest krijgen in een corporatieve orde. Men verzette zich tegen een normenloos liberalisme. Via in de periode 1900-1940 overwegend confessionele kabinetten is deze visie diep in de samenleving doorgedrongen. De middenstand moest worden gehandhaafd als staande voor orde, veiligheid en rust, geleidelijkheid, redelijkheid, verantwoordelijkheid en vertrouwen⁴⁷. De corporatieve orde werd later voor een deel belichaamd in de Publiekrechtelijke Bedrijfsorganisatie (PBO), gericht op ordening, sanering en bescherming. De relevantie van oude waarde-oordelen is in min of meerdere mate verzwakt.

'Sociale lift' (en daling) vindt langs vele kanalen plaats, ook buiten het huidige mkb om: via carrières in het grote bedrijfsleven, overheid, wetenschap en onderwijs. De theorie van de sociale lift is echter nog wel van betekenis voor etnische minderheden, die vaak alleen via ondernemerschap in het mkb hun positie kunnen verbeteren. De strakke dichotomie in kapitaal en arbeid die een stootkussen vergt is sterk gedateerd. Wel geldt nog tot op zekere hoogte dat het mkb bijdraagt aan de spreiding van bezit, kennis en macht, of althans concentraties van macht op markten (monopolies) en wellicht ook van politieke macht tegengaat. Het argument van ambacht als tegenkracht tegen vervreemding en ontpersoonlijking kan nog van (groot) belang zijn, als het zou worden vertaald en uitgewerkt in termen van kwaliteit van de arbeid, motivatie en creativiteit en voorts zou kunnen worden gerelateerd aan innovatie en economische groei. Huppés (1985) doet dit in feite, of onderneemt althans een poging daartoe. Dit gaat echter gepaard met een zo brede interpretatie van het begrip 'ambacht', dat het iedereen omvat die werkt met een zekere integratie en variatie van taken en een zekere autonomie, met apparaten of gereedschappen als verlengstuk van arbeid eerder dan dat, zoals in 'industriële' processen, arbeid verlengstuk is van een machine. Dit omvat ook de arts, de makelaar, de tolk, de systeemanalist, de programmeur, de adviseur, de ontwerper, de onderzoeker, enzovoort. Het begrip treedt daarmee zodanig uit zijn oevers, dat 'ambacht' ook grootscheeps aangetroffen wordt in het grootbedrijf, waardoor het niet duidelijk meer is welk argument resteert voor kleine zelfstandige bedrijven in het mkb⁴⁸. Toch zijn er bruikbare elementen in de gedachtengang van Huppés. Het argument ten aanzien van persoonlijke verantwoordelijkheid, zelfstandigheid, autonomie, zelfontplooiing, enzovoort maakt heden ten dage weinig indruk als niet, ook hier, wordt aangetoond wat de maatschappelijke en vooral de economische relevantie ervan is. De traditionele argumenten voor de middenstand zijn deels intrinsiek (mkb als doel op zich vanwege waarden binnen het bedrijf) en deels extrinsiek of instrumenteel (mkb als middel om maatschappelijke doelstellingen te realiseren), waarbij beide elementen sterk zijn gericht op sociaal/culturele eerder dan economische waarden.

⁴⁷ *Ibid.*, blz. 76-78.

⁴⁸ T. Huppés, *Een nieuw ambachtelijk elan*; Leide/Antwerpen, Stenfert Kroese, 1985; J.J. Godschalk, 'Nieuw informatietechnologisch elan'; *Kroniek van het Ambacht, Klein- en Middenbedrijf*, jaargang 39, nr. 3, 1985, blz. 55-58; B. Nooteboom, 'Aristoteles en de economie, over vormen van causaliteit'; *Economisch Statistische Berichten*, 16 april 1986, jaargang 71, nr. 3551, blz. 387-388.

Doelstellingen als ordening, sanering en bescherming vinden tegenwoordig weinig weerklank. Terecht of ten onrechte brengt de huidige beleidscultuur met zich mee dat, althans buiten de organisaties van het mkb zelf, het mkb vrijwel uitsluitend instrumenteel wordt beoordeeld voor primair economische doelstellingen. Het mkb wordt daarbij niet op zich zelf bezien, maar in relatie tot het grootbedrijf en tot markten. Kortom: men richt zich op een sterk economisch getinte strategie. Dit leidt tot een aantal kritische vragen, in volgorde van prioriteit:

1. Wat is de bijdrage van het mkb aan economische groei (via versterking van de marktsector, economische structuur, innovatie, concurrentie met het buitenland)? Wat zijn daarbij de comparatieve voordelen van groot- en kleinbedrijf?
2. Wat is de bijdrage van het mkb aan de werkgelegenheid; primair naar omvang en met redelijke kwaliteit van arbeid als randvoorwaarde?
3. Hoe voldoet het mkb aan nevendoelestellingen of randvoorwaarden ten aanzien van milieu en voorzieningenniveau?

Economische groei en werkgelegenheid dienen daarbij ook doelen ten aanzien van betalingsbalans en financieringstekort. Prijsontwikkeling is niet expliciet genoemd, maar maakt impliciet deel uit van de groei-doelstelling: een gematigde ontwikkeling van prijs ten opzichte van produktiviteit is nodig voor een gunstige concurrentiepositie.

In deze paragraaf wordt geprobeerd enige globale antwoorden te geven op de eerste twee vragen. Een nadere uitwerking en een bespreking van het voorzieningenniveau komen aan de orde in latere hoofdstukken.

1.4.1 Bijdragen aan markt en vernieuwing

Wat betreft de bijdragen van de (kleine) ondernemer aan marktefficiëntie respectievelijk economische ontwikkeling kan worden verwezen naar Walras respectievelijk Schumpeter. Volgens Walras is de essentiële taak van de ondernemer het combineren van input en output om vraag en aanbod met elkaar in evenwicht te brengen. In evenwicht is er geen winst en vervalt het ondernemerschap tot management, met daarvoor alleen loon⁴⁹. In feite komt evenwicht zelden zelfs maar bij benadering tot stand, vooral heden ten dage, maar dat neemt niet weg dat het steeds opnieuw streven naar het bij elkaar brengen van vraag en aanbod een essentiële taak is voor optimale effectiviteit (behoeftenbevrediging) en efficiency (kostenbesparing) van markten. Zoals door Walras geformuleerd, omvat deze taak niet alleen fysieke produktie maar ook distributie en andere diensten. In de vervulling van deze taak speelt het mkb een belangrijke rol, die echter wel aan verandering onderhevig is. Er is thans sprake van een globale taakverdeling tussen groot- en kleinbedrijf, en wel als volgt: het grootbedrijf zorgt veelal voor een 'grove' voorziening van goedkope, in massa (schaalvoordelen) geproduceerde en in grofmazige netten gedistribueerde standaardgoederen en diensten. Het zorgt ook voor de produktie van gecompliceerde technische apparaten en installaties die een grote investering vergen in kennis, onderzoeken, ontwikkeling en produktietechniek, met teams van hooggekwalificeerde specialisten. Het mkb is sterk in minder gecompliceerde produktie en dienstverlening, gericht op kleinere en meer gespecialiseerde deelmarkten, op basis van praktische inventiviteit, improvisaties en geïndividualiseerde relaties met klanten. Het zorgt voor de 'verfijning', waar gaten worden opgevuld en resten worden opgeruimd: gedifferentieerde produkten, maatproduktie, speciale service, restmarkten voor oudere produkten en diensten, markten voor restpartijen, gebruikte goederen (onderdelen, materialen) en gebruik van door andere sectoren afgedankte werkers en lokaties ('aaskeverfunctie')⁵⁰. De maatschappelijke waarde van deze

⁴⁹ A. Walker, 'Walras's theory of the entrepreneur'; *De Economist*, jaargang 134, nr. 1, 1986, blz. 1-24.

⁵⁰ Solomon, *Small Business USA*; Crown, 1986. Deze verwijzing is ontleend aan *De Economist* van 14 februari 1987.

functies hangt er van af hoe 'men' (consument, bedrijfsleven, overheid) deze verfijning waardeert en, cruciaal, of men bereid is de hogere prijs van gedifferentieerde producten en diensten te betalen. Een aspect van de verfijning is de spreiding van het voorzieningenniveau (detailhandel en andere consumentenverzorging), die een direct effect heeft voor minder mobiele consumenten en een indirect extern effect ten aanzien van andere voorzieningen (scholen, wegen, parkeergelegenheid, openbaar vervoer). Vanwege deze externaliteiten is aandacht van de overheid gerechtvaardigd. Het mkb speelt een wat paradoxale rol ten aanzien van de prijs. Enerzijds zal het optreden van veel kleine bedrijven op de markt van een bepaald produkt vanwege het schaaleffect de gemiddelde marktprijs relatief hoog maken. Anderzijds zal het de vorming van oligopolies en monopolies op bestaande markten tegengaan, met als gevolg een rem op inefficiënties en te hoge prijzen. Het gaat bij dit laatste niet zozeer om de feitelijke aanwezigheid van kleine bedrijven als wel de toetredingsmogelijkheden ('contestability') op markten⁵¹.

Wat betreft economische ontwikkeling wees Schumpeter op de rol van de (kleine, nieuwe) ondernemer in juist de verstoring van evenwichten door het vinden, toepassen en op de markt brengen van nieuwe combinaties van inputs en outputs (innovatie). Succesvolle innovatie leidt dan tot (tijdelijke) monopoliewinsten. Het is primair deze innovatie die leidt tot economische groei. Later neigde Schumpeter meer naar grote ondernemingen als bron van innovatie, vanwege toenemende drempels in de kosten van onderzoek en ontwikkeling en vanwege de noodzaak van een zekere monopoliekracht om de inkomsten voor duur ontwikkelde producten af te schermen. Deze gedachtengang werd later nader uitgewerkt door Galbraith. Er is inmiddels veel onderzoek gedaan naar de rol van groot- versus kleinbedrijf in innovatie en diffusie. Men moet daarbij onderscheid maken tussen de verschillende taken en stadia in de ontwikkeling van nieuwe basiskennis tot het op de markt brengen van nieuwe producten. Het gros van het empirisch onderzoek laat zien dat uitvindingen niet meer dan proportioneel afhangen van bedrijfsgrootte, behalve in de chemie⁵². Studies van de input van middelen in onderzoek en ontwikkeling in relatie tot omzet (research-intensiteit) en van de output (patenten) in relatie tot input (research-effectiviteit) lijken te wijzen op een toename met bedrijfsgrootte tot een bepaald punt en dan een afname⁵³. Weinig steun wordt ook gevonden voor de stelling dat O&O toeneemt met de graad van monopolie⁵⁴. Voor een cijfermatige indicatie: van de krap 500 industriële high-tech bedrijven in Silicon Valley hadden er in 1985 70% minder dan 10 werkzame personen⁵⁵.

Volgens een innovatie-enquête in de Nederlandse industrie van Kleinknecht blijkt dat in het mkb ongeveer de helft van de bedrijven met meer dan tien werkzame personen enigerlei vorm van onderzoek en ontwikkeling verricht of laat verrichten, vergeleken met bijna 90% in het grootbedrijf⁵⁶. Er is overigens een groot verschil tussen onderzoek en ontwik-

⁵¹ Zo kan men zich afvragen of een voortgaande afbrokkeling van kleine bedrijven in de detailhandel zou kunnen leiden tot een oligopolistische distributie van levensmiddelen, vergelijkbaar met de huidige distributie van benzine. De huidige uitbouw van de deelname van 'zelfstandigen' (als die dan nog zo kunnen worden genoemd) aan 'commerciële organisaties' van vrijwillige filiaalbedrijven hoeft dit niet in de weg te staan. Na voldoende fusies kan ook een dergelijke organisatie zich opwerpen als partner voor een oligopolie. Cruciaal is dan of desondanks kleine zelfstandigen zich nog buiten die verbanden om kunnen vestigen. Dit kan ernstig worden belemmerd door een restrictieve afgifte van relevante vestigingsplaatsen en commerciële en/of technische restricties op levering.

⁵² J. Jewkes, D. Sawyers en R. Stillerman, *The sources of invention*, London; Mc Millan, 1958.

⁵³ J.M. Blair, *Economic concentration*; New York, Harcourt Brace, 1972, blz. 207; M.J. Kamien en N.L. Schwarz, *Market structure and innovation*; Cambridge University Press, 1984, blz. 103; E. Mansfield, *Industrial research and technological innovation*; London, Longmans Green & Co., 1969.

⁵⁴ Kamien e.a., *op. cit.*, blz. 104.

⁵⁵ D.J. Storey en S. Johnson, 'Jobgeneration in Britain, a review of recent studies'; *International Small Business Journal*, jaargang 1, nr. 1, Autumn 1986, blz. 42.

⁵⁶ A. Kleinknecht, *Innovatiepatronen in de Nederlandse industrie*; concept-rapport, Maastricht, 1984.

keling, en tussen de verschillende stadia van ontwikkeling. Wat het mkb betreft zijn onderzoek en meer fundamentele projecten van ontwikkeling slechts in beperkte mate aan de orde, zeker waar het gaat om meer complexe producten of installaties. Volgens Pannenburg bestaat 99% van alle innovatie uit verbeteringen en aanpassingen van bestaande producten eerder dan radicale verbeteringen in de vervulling van bestaande functies (1%) of de presentatie van nieuwe functies (0,1%)⁵⁷. De ontwikkeling van fundamenteel nieuwe basistechnologie is spectaculair en trekt de aandacht, maar economische groei komt voort uit de golf van innovaties die volgt: de toepassing van basistechnologie in velerlei nieuwe of verbeterde producten en diensten en het op de markt brengen daarvan. Men kan vraagtekens zetten bij een beleid dat eenzijdig is gericht op de ontwikkeling van basiskennis, zoals bij de grote Europese technologieprojecten (ESPRIT, BRITE, RACE, EUREKA, enz.). Als de ontwikkeling van basiskennis vooruitloopt op de innovatie (toepassing), dreigt het gevaar dat die kennis weg lekt en elders (Japan, Amerika, industrialiserende landen) in economische groei wordt omgezet. Bij de instellingen van de EEG is dit inmiddels ook erkend en probeert men de diffusie van kennis voor toepassingsinnovaties door het mkb te bevorderen⁵⁸. De kracht van het mkb zit niet zozeer in onderzoek en de ontwikkeling van basistechnologie, maar in minder complexe toepassingsinnovaties en het is juist de brede uitwaaiing daarvan die economische groei genereert. De door Pannenburg genoemde 99% verbeterings- en aanpassingsinnovaties bestaan grotendeels uit vindingrijke nieuwe combinaties van bestaande technieken en materialen, of nieuwe produkt/service combinaties, om te voorzien in een vraag die zich steeds meer segmenteert en differentieert. De daarvoor benodigde inventiviteit en toespitsing op deelmarkten vindt men bij het mkb. Iemand heeft de volgende muzikale analogie voorgesteld: waar het grootbedrijf zorgt voor de composities en orkestraties, zorgt het mkb voor de improvisatie. In het huidige spel van markten, dat misschien minstens even veel lijkt op jazz als op een symphonie, hebben we veel improvisatie nodig.

Onderzoek van processen van innovatie en diffusie en de rol daarbij van mkb en grootbedrijf gaat voort (en dient met kracht te worden bevorderd). Er zijn echter reeds indicaties van een 'dynamische complementariteit' van klein- en grootbedrijf, met verschillende rollen in de verschillende stadia van innovatie en diffusie⁵⁹. Deze gedachte zal later worden uitgewerkt in een bespreking van sterke en zwakke punten van het mkb.

De bijdrage van het mkb aan vernieuwing kan ook worden gezien vanuit een evolutionair gezichtspunt⁶⁰. Men moet oppassen voor een al te strakke analogie tussen biologische en economische evolutie, maar enkele parallellen lijken geldig⁶¹. Vernieuwing vergt een stroom van muta-

⁵⁷ De lezing van Pannenburg aan de EUR op 3 maart 1987, in de serie lezingen uit hoofde van de vervulling van de Tinbergen leerstoel; Nieuwe functies zijn bijvoorbeeld de telefoon en de radio.

⁵⁸ Europese Gemeenschappen, *Betekenis van technologisch O&O voor het midden- en kleinbedrijf*; 18 juli 1986, alsmede het *Beleidsprogramma mkb van de Commissie van de EG*; september 1986.

⁵⁹ Indicaties van elementen van deze these kunnen onder andere worden ontleend aan: R. Rothwell, W. Zegveld, *Innovation and the small and medium sized firm*; The Netherlands, Sussex University/TNO, London, Francis Pinter 1982; A.H. Webbink, *Groot en klein in de industrie*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985; B. Nooteboom, 'Innovatie, levenscyclus en het aandeel van zelfstandigen, een voorbeeld uit de detailhandel'; *Economisch Statistische Berichten*, 11 januari 1984, jaargang 69, nr. 3438, blz. 31-36.

⁶⁰ R.R. Nelson en S.G. Winter, *An evolutionary theory of economic change*; Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1982.

⁶¹ Een groot verschil is vooral dat in tegenstelling tot biologische evolutie in economische evolutie overerving van verworven eigenschappen mogelijk is, namelijk via het gesproken en geschreven woord, films enzovoort. Mutaties hoeven voorts niet alleen aselekt te geschieden en kunnen tot op zekere hoogte worden gericht. Ook de 'survival of the fittest' hoeft niet geheel te worden overgelaten aan het recht van de sterkste en kan worden verzacht of worden bijgestuurd. Dat is het verschil tussen cultuur en natuur.

ties en vervolgens competitie voor eliminatie van vernieuwingen die geen overlevingswaarde hebben of ongewenst zijn. In de economie kunnen de mutaties (produktontwikkeling, ontdekking) tot op zekere hoogte worden gericht, maar een grote mate van toevalligheid is nodig vanwege de 'paradox van gerichte vernieuwing': als men van te voren wist wat er uit moest komen was het geen vernieuwing meer. De gedachte dat het competitie-element goed is voor vernieuwing is gemeengoed. Eerder is reeds betoogd dat hiervoor de aanwezigheid van vele, niet te grote bedrijven (in feite of in potentie) nodig is; om er voor te zorgen dat zwakke produkten niet in rustgevende oligopolies worden afgeschermd. De andere kant van de zaak is, dat de bron van mutaties niet moet worden verstikt. De ruimte en het klimaat moeten worden gehandhaafd, of gecreëerd, voor een veelheid van ideeën en probeersels op de markt, hoe zot ze op het eerste gezicht ook mogen lijken. Dit kan tot op zekere hoogte wel in het grootbedrijf, maar toch beter in het mkb. Hier doen zich wederom twee paradoxen voor. De eerste betreft het begrip flexibiliteit. Eerder zagen we dat op het niveau van het individuele bedrijf het mkb slechts beperkt flexibel is door beperkte mobiliteit, obstakels voor groei, de geringe risicospreiding en de beperkte middelen voor het opvangen van tegenslagen. Als het slecht gaat met het 'eigen' produkt in de 'eigen' lokale markt, gaat het al gauw slecht met het bedrijf. Op macroniveau levert dit echter juist flexibiliteit: het mkb is macro flexibel door snelle sterfte van individuele produkten, diensten en bedrijven in geval van falen. De tweede paradox betreft de geboorte: introductie van een nieuw produkt en start van een nieuw bedrijf. Op het niveau van het individuele bedrijf pleiten we voor meer strategie: meer rationele afweging voordat stappen worden gezet. Maar grote bedrijven brengen misschien minder snel iets nieuws op de markt, juist door dergelijke rationele afwegingen waar vele gezichtspunten bij zijn betrokken. Dan zijn er altijd wel overwegingen waarom iets *niet* zou kunnen. Vernieuwing is niet alleen, en zelfs niet in de eerste plaats, een kwestie van rationele berekening, maar ook van emoties, verbeeldingskracht, tastzin, moed en toewijding. In kleinere bedrijven kunnen deze elementen gemakkelijker tot uiting en tot resultaten komen, zonder te worden weggefilterd in de 'interfaces' tussen de gecompartmentaliseerde functies (research, ontwikkeling, productie, inkoop, verkoop, strategisch beleid) van het groot bedrijf⁶². Wat extreem gezegd: misschien zijn we op macroniveau tot op bepaalde hoogte afhankelijk van een zekere non-rationaliteit van ondernemers op micro-niveau; van een impulsiviteit tot vele probeersels, waarvan er vele falen maar de succesvolle (en vooraf niet te voorziene) uitzonderingen de groeistoten geven. Deze gedachtengang kan nog nader worden toegelicht. Innovatie is vooral in grotere bedrijven gebaseerd op een compromis tussen 'technology push' (impuls vanuit technische mogelijkheden) en 'demand pull' (impuls vanuit manifeste behoeften)⁶³. Vanwege de veelal geringere oriëntatie op marketing methodiek, de hang naar vakmanschap en oriëntatie op het produkt is het te verwachten dat bij het mkb het accent vaak meer ligt op wat maakbaar is, en er minder sprake is van een compromis ten aanzien van de gangbare *bestaande* vraag. Deze meer compromisloze benadering heeft een grote kans op falen op microniveau, maar ook een grotere kans op vernieuwingen die een *nieuwe* vraag creëren. Er is vaak wel een zekere oriëntatie op de markt, maar deze is niet zozeer gebaseerd op een systematische analyse als wel op een persoonlijke intuïtie, ontleend aan weinig gestructureerde externe contacten. Ook dit is riskant, maar geeft misschien een grotere kans dat een werkelijk bestaande latente vraag wordt geactiveerd. Vanuit deze gedachtengang kan de traditionele middenstandsooriëntatie op vakmanschap, zelfstandigheid en persoonlijkheid, hoe riskant ook op microniveau, op macroniveau een nuttige functie vervullen. De conclusie is

⁶² Met dank aan K. Teer voor zijn suggesties op deze en andere punten.

⁶³ Pannenberg, *op. cit.*

natuurlijk niet dat de beperkte marktanalyse van vele ondernemers in het mkb maar op zijn beloop moet worden gelaten, maar wel dat we moeten oppassen dat de intuïtie en het gedurfde initiatief niet worden verstikt met al te geraffineerde afwegingsprocedures die de onmogelijke pretentie hebben onzekerheid te reduceren tot een rekensom.

Samengevat: het mkb heeft bijdragen te leveren aan de zo efficiënt mogelijke werking van markten en aan vernieuwing, maar op zijn manier, en niet in plaats van maar complementair aan het grootbedrijf.

1.4.2 *Bijdragen aan werkgelegenheid en samenleving*

Wat betreft werkgelegenheid zijn enige overspannen verwachtingen gewekt door Birch⁶⁴. Volgens deze studie zou in de VS meer dan de helft van de (netto) nieuwe werkgelegenheid zijn voortgekomen uit zelfstandige bedrijven met minder dan 20 werkzame personen. Er zijn bezwaren aangevoerd tegen de methode en uitvoering van het onderzoek. Volgens een replicatie-onderzoek (op hetzelfde datamateriaal) door het Brookings Instituut is 39% van de (netto) nieuwe banen in Amerika gecreëerd in kleine bedrijven, wat ongeveer gelijk is aan hun aandeel in de totale werkgelegenheid⁶⁵.

Studies van werkgelegenheidscreatie worden gecompliceerd door het feit dat de expansie/contractie sterk afhankelijk is van sectoren, fase, omvang en aard van de economische groei, arbeidsmarktsituatie en de interactie tussen dat alles. Bijvoorbeeld: bij groei van export door loonmatiging (zoals in het begin van de jaren tachtig) is er contractie in de detailhandel en expansie in sommige exportsectoren. Aangezien het mkb relatief meer vertegenwoordigd is op binnenlandse markten was de werkgelegenheidscreatie in het mkb als geheel wat minder gunstig dan bij het grootbedrijf. Als de groei meer verschuift naar de binnenlandse markten (1986/87) kan het andersom komen te liggen.

Wat betreft het effect van de arbeidsmarkt is er de 'vluchthypothese': werklozen (of werknemers die zich door werkloosheid bedreigd voelen) zoeken hun toevlucht in het oprichten van een bedrijfje. Dit was in de crisis van de dertiger jaren heel duidelijk en in die van de afgelopen jaren ook merkbaar. Bögenhold (1986) vermeldt een studie van het IFO-instituut (1986) waaruit blijkt dat het percentage van werklozen onder de toetreders tot het zelfstandig ondernemerschap in 1981 9% bedroeg en in 1983 verdubbeld. Onder hen die toetraden vanuit een betaalde baan bestempelde in 1981 twee derde zijn of haar baan als zeker en in 1983 57%⁶⁶. Ook het aantal toetredende schoolverlaters nam toe vanwege de geringe werkgelegenheidskansen en opvallend daarbij was de toetreding tot de vrije beroepen. Dit laatste wordt in verband gebracht met een relatief hoog aandeel van hoger geschoolden, als gevolg van een stijgende scholingsgraad vanwege slechte werkgelegenheidsperspectieven in loonarbeid⁶⁷. Afgestudeerde leraren en sociale wetenschappers, die minder toegang hebben tot een vrij beroep op redelijk niveau, treden volgens Bögenhold met name toe tot de 'alternatieve economie'. Daarbij wordt een studie vermeld waaruit blijkt dat bijna een derde van de 'alternatieve zelfstandigen' een hogere opleiding heeft afgesloten. Te zamen met diegenen die hun studie hebben afgebroken of nog studeren komen zij op de helft⁶⁸.

Het effect van de vlucht uit werkloosheid of de vrees daarvoor is uiteraard sterker naarmate er minder sociale voorzieningen zijn voor

⁶⁴ D. Birch, 'The job generation process'; *Public Interest*, jaargang 65, 1981, blz. 3-14.

⁶⁵ Storey, *op. cit.*, blz. 29; C. Armington, M. Odle, 'Small business, how many jobs?'; *Brookings Review*, Winter 1982, blz. 14-17.

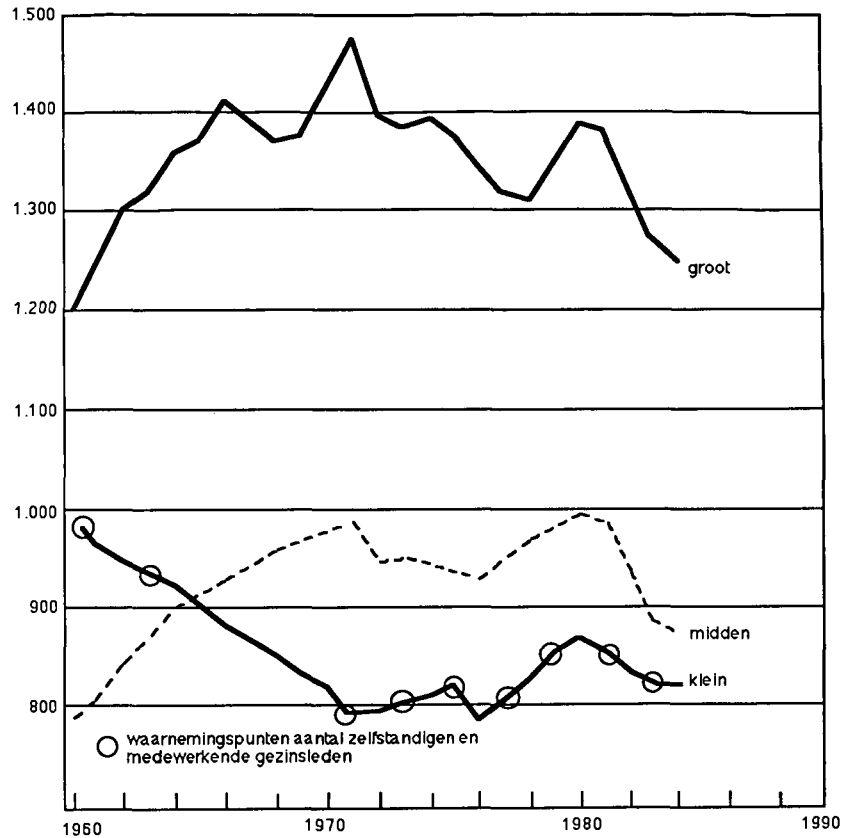
⁶⁶ D. Bögenhold, 'Selbständige im Beschäftigungssystem'; in *Bildung und Beschäftigung von Prometheus zu Sisyphos?; Socialwissenschaftliche und politische Analysen und Perspektiven*; H.G. von A. Weymann; Göttingen, 1987, blz. 12.

⁶⁷ *Ibid.*, blz. 13.

⁶⁸ *Ibid.*, blz. 14.

Grafiek 1.1 Ontwikkeling werkgelegenheid in het particuliere bedrijf, 1960-1984^a

Werkzame personen



Bron: CBS, bewerking EIM,
a) exclusief landbouw, visserij, delfstoffenwinning.

werkloosheid, omdat dan de noodzaak groter is (de dertiger jaren en in Amerika ook meer recent). Meer in het algemeen is er ten aanzien van het mkb de 'stabilisatorhypothese': in tijden van tegenspoed houdt het mkb meer werkgelegenheid vast dan het grootbedrijf en in tijden van voorspoed groeit de werkgelegenheid bij het mkb minder dan bij het grootbedrijf. Het eerste houdt verband met enerzijds de vluchthypothese en anderzijds wat men de 'volhardingshypothese' zou kunnen noemen: als het slecht gaat klampen zelfstandigen zich ondanks verlies vast aan hun bedrijf, voor zolang als de inzinking duurt, omdat ze eenvoudig vooral op korte termijn geen alternatief hebben. Het tweede effect van mindere expansie in goede tijden is toe te schrijven aan krapte op de arbeidsmarkt, waar kleinere bedrijven minder perspectieven kunnen bieden dan grote, en aan een achterlopen in expansieve investeringen bij het mkb wegens geringere toegang tot kredietmarkten. Misschien zijn er bij expansie ook mogelijkheden voor het sneller behalen van schaalvoordelen, in grote bedrijven, wat de kleine bedrijven in een relatief slechtere positie brengt. In grafiek 1.1 wordt de ontwikkeling aangegeven van het aantal werkzame personen in het grootbedrijf, middenbedrijf en kleinbedrijf, in de periode 1960-1984 (excl. landbouw, visserij en delfstoffenwinning). Hieruit komen duidelijk twee dingen naar voren. Ten eerste daling van werkgelegenheid in het kleinbedrijf in de voorspoedige jaren zestig, toen de werkgelegenheid steeg in midden- en grootbedrijf. Ten tweede in de periode na 1970 grotere fluctuaties in werkgelegenheid in het grootbedrijf dan in het middenbedrijf, waar weer de fluctuaties groter zijn dan in het

kleinbedrijf⁶⁹. Dit geeft een bevestiging van de stabilisatorhypothese. Naast de conjuncturele variant van de stabilisatorhypothese kunnen we ook een dynamische of structurele variant postuleren in relatie tot de eerder genoemde hypothese van 'dynamische complementariteit' die in een latere paragraaf wordt uitgewerkt. Als het mkb optreedt aan het eind en aan het begin van de levenscyclus van produkten, dus als het mkb nieuwe levenscycli start en bestaande verlengt, heeft het ook om die reden een stabiliserende invloed. Een volgende vraag is of nieuwe levenscycli gebundeld optreden en wanneer (tijdens depressies of tijdens herstel) deze bundeling optreedt. Deze vragen zijn onderwerp van levendige discussie in verband met de 'theorie van de lange golf'. Men kan er de vraag aan toe voegen wat hierbij de rol is van het mkb, al of niet in relatie tot het grootbedrijf. Op grond van het voorgaande lijkt het waarschijnlijk dat nieuwe basiskennis wordt gegenereerd in laboratoria van grote bedrijven en dat vervolgens een brede uitwaaiing plaatsvindt van toepassingsinnovaties, waar het initiatief veelal (in minder complexe toepassingen) ligt bij het mkb. Verschillende studies wijzen er overigens op dat men zich niet te veel moet voorstellen van de *directe* werkgelegenheidseffecten van 'high tech'-sectoren⁷⁰. Het is wel zo dat innovatieve bedrijven eerder hun personeelsbestand uitbreiden dan niet-innovatieve bedrijven, maar de bijdrage van high tech-sectoren aan de werkgelegenheid is niettemin beperkt⁷¹. Drucker (1985) schrijft dat ook bij een ruime interpretatie van 'geavanceerde technologie' slechts 1 à 2% van de nieuwe bedrijven in de VS daartoe behoren. Bögenhold vermeldt een uitspraak dat in de VS slechts 2% van de tussen 1969 en 1979 gecreëerde arbeidsplaatsen tot de high tech behoorden⁷².

Wat betreft de kwaliteit van arbeid is reeds gewezen op de inhoudelijke kwaliteit van arbeid in het mkb vanwege een betrekkelijk hoge integratie en variatie van taken. In hoofdstuk 2 komt de omvang en kwaliteit van arbeid in het mkb meer uitvoerig aan de orde. Een onderliggende gedachtengang hierbij is dat arbeid en ondernemerschap in het mkb meer perspectief bieden voor een integratie van cognitieve en praktische elementen (al doende leren), en van instrumenteel/rationele, esthetisch/expressieve en normatieve elementen. In het voorgaande is aangegeven dat dit van waarde is voor vernieuwing. Het kan ook een tegenwicht bieden tegen vervreemding. Aldus kunnen wellicht economische en sociaal/maatschappelijke doelstellingen bij elkaar komen. Gedachten in deze richting dienen echter verder te worden ontwikkeld.

Bij een beschouwing van maatschappelijke waarden kan een bespreking van de rol van het mkb ten aanzien van infrastructuur en voorzieningenniveau niet achterwege blijven. Deze onderwerpen zullen echter in latere hoofdstukken aan de orde komen (bij de behandeling van de detailhandel en de persoonlijke dienstverlening).

⁶⁹ CBS, bewerking EIM. Voor alle in grafiek 1.1 getekende jaren zijn gegevens beschikbaar over aantallen werknemers (incl. BV/NV directeuren). Voor de aantallen zelfstandigen (natuurlijke personen, vallende onder de inkomstenbelasting) en medewerkende gezinsleden echter zijn slechts waarnemingen beschikbaar voor de jaren 1960, 1963 en vanaf 1971 om het jaar. Voor tussenliggende jaren is geïnterpoleerd. Dit leidt in de periode 1960-1970 tot een afvlakking van fluctuaties ten aanzien van de categorie zelfstandigen en medewerkende gezinsleden die vooral in het kleinbedrijf kwantitatief van belang is. Derhalve kan aan het vlakke verloop bij het kleinbedrijf in die periode geen conclusie worden ontleend ten aanzien van de stabilisatorhypothese. Wel kan worden geconcludeerd tot een contraire trendmatige ontwikkeling in de jaren zestig (daling tegenover stijging bij midden- en grootbedrijf). Aan de periode 1971-1984 kunnen wel conclusies omtrent fluctuaties worden afgeleid, omdat daar de invloed van de interpolatie op de bandbreedte van de fluctuaties verwaarloosbaar is.

⁷⁰ Storey, *op. cit.*; P.F. Drucker, *Innovation management for business and politics*; K.H. Schmidt, 'Employment effects of new technologies in small business'; *International Small Business Journal*, jaargang 3, nr. 1, Autumn 1984.

⁷¹ R. Rothwell en W. Zegveld, *Technical change and employment*; London, Francis Pinter, 1979.

⁷² Bögenhold, *op. cit.*, blz. 21.

1.5 Realisatie van het mkb-potentieel

In het voorgaande is aandacht besteed aan de mogelijke bijdragen van het mkb aan doelstellingen zoals een effectieve en efficiënte bevrediging van behoeften, technologische vernieuwing, economische groei en werkgelegenheid. De vraag is nu hoe deze mogelijke bijdragen kunnen worden gerealiseerd. Deze taak wordt primair gelegd bij de bedrijven zelf, en pas daarna komt de vraag aan de orde hoe de overheid een en ander kan stimuleren, en ook dat behoort goed aan te sluiten op het functioneren van de bedrijven. Dat functioneren staat derhalve centraal. Daarom wordt in deze paragraaf een analyse gegeven van sterke en zwakke punten in de bedrijfsvoering van het mkb, vergeleken met het grootbedrijf, in relatie tot ontwikkelingen in de omgeving en kansen die zich daarbij voordoen. Een overheidsbeleid voor het mkb dient daar dan zo goed mogelijk op aan te sluiten.

1.5.1 *Sterke en zwakke punten*

De sterke punten van het mkb zijn: slagvaardigheid, motivatie en een grote geschiktheid voor het leveren van maatwerk en van gespecialiseerde produkten en diensten in nauwe relaties met klanten. De zwakke punten zijn: schaafeffecten, gebrek aan informatie, externe communicatieproblemen, geringe risicospreiding, beperkte toegang tot kapitaalmarkten, stafmanco, gebrek aan tijd, beperkt commercieel/strategisch beleid en beperkte financiële planning/controle. De sterke en zwakke punten van het grootbedrijf zijn vrijwel tegengesteld. Grote bedrijven zijn veelal minder slagvaardig vanwege lange communicatielijnen, overleg- en toestemmingsprocedures, interne en externe advisering, afstemming en planning. De bedrijfsleiding is minder gemotiveerd omdat salaris en promotie meestal niet afhangen van winst. Uitvoerders zijn vaak minder gemotiveerd omdat ze het geheel en hun aandeel daarin niet kunnen overzien, of omdat van hun inbreng niet maximaal gebruik wordt gemaakt, hun prestaties onvoldoende kunnen worden onderkend, of de eentonigheid van hun werk geen initiatieven oproept. Relaties met afnemers zijn vaak wisselend, minder hecht en onpersoonlijk, waardoor er minder werving en binding vanuit gaat. Daardoor, en door de langere communicatie- en beslissingslijnen is het inspelen op de specifieke behoeften van een individuele klant vaak moeizaam. Dergelijk maatwerk is vaak ook niet in te passen in de geregimenteerde processen die zich (vaak noodgedwongen) voordoen. Het past vaak ook niet in de gestandaardiseerde grootschaligheid waar vele grote bedrijven het van moeten hebben. De geringere slagvaardigheid en de geringere motivatie hangen met elkaar samen en versterken elkaar. Aan de andere kant kunnen grote bedrijven schaafeffecten uitbuiten, velerlei informatiebronnen aanboren, fiscale faciliteiten en subsidieregelingen maximaal uitbuiten, lokale beperkingen omzeilen door deelactiviteiten te verplaatsen, aandelen uitgeven, staf-functionarissen en specialisten aanstellen of raadplegen voor een geraffineerd strategisch, commercieel, financieel en organisatorisch beleid. Ze kunnen meer invloed uitoefenen op verkoop- en inkooprijzen en zijn soms in staat om al of niet in onderlinge samenwerking hun markten te beschermen of zelfs af te sluiten. Grote bedrijven staan sterker in onderhandelingen met werknemersorganisaties en zetten de trend voor de loonontwikkeling. Dreiging met ontslag, voor druk op de lonen of zuigkracht op subsidies, maakt indien deze uitgaat van een groot bedrijf meer indruk dan het geval is bij een klein bedrijf.

Afgezien van deze laatstgenoemde verschillen in macht, geeft de omkering van sterke en zwakke punten tussen groot- en kleinbedrijf aan dat er tussen beide een belangrijke complementariteit kan bestaan: het ene kan het andere aanvullen. Voordat dit wordt uitgewerkt, rijst eerst de vraag in hoeverre technologische en sociale innovatie de verhouding van sterke en zwakke punten tussen groot en klein zal veranderen.

Door flexibele automatisering kan wellicht de gestandaardiseerde grootschaligheid van grote bedrijven worden doorbroken, zodat ook in grote bedrijven gedifferentieerde produkten en maatwerk kunnen worden geleverd. Dat zou een bedreiging inhouden van de traditionele rol van kleine bedrijven⁷³. Daar staat tegenover dat de automatisering kleinschaliger, goedkoper, gebruikersvriendelijker en veelzijdiger is geworden, waardoor bepaalde schaafeffecten in administratie, productie en planning geringer worden en mechanisatie/automatisering meer in het bereik komt van het mkb⁷⁴. Een probleem hierbij is echter dat automatisering meestal vooraf organisatie vergt, waarbij taken worden geanalyseerd en geformaliseerd. In dergelijke organisatorische activiteiten is het mkb vaak zwak⁷⁵. Bovendien zou een te vergaande vastlegging en formalisering van taken de variatie van taakuitvoering en het improvisatievermogen aantasten, die nu juist bijdragen tot de slagvaardigheid en motivatie van het mkb en van belang zijn voor de kwaliteit van de arbeid in het mkb. Het is van het grootste belang dat voor het mkb passende vormen van automatisering worden gekozen (en ontwikkeld) en dat invoering ervan op een passende wijze geschiedt. Men zal het moeten zoeken in oplossingen die ruimte laten voor improvisatie, variatie en integratie van taken op uitvoerend niveau. Dat vergt een vooruitziende blik. Momenteel wordt vanuit een stapsgewijze benadering vaak een weg ingeslagen die achteraf ongewenst blijkt⁷⁶.

Op sommige gebieden nemen de drempels van kosten en specialisatie in onderzoek en ontwikkeling zodanig toe, dat alleen grote concerns er toe in staat zijn, of zelfs zij niet zonder samenwerking met anderen⁷⁷. Daardoor zal de taak van het mkb nog meer dan nu al het geval is komen te liggen op de toepassing, in velerlei technisch minder gecompliceerde en minder grootschalige nieuwe produkten en diensten, van door grote concerns ontwikkelde basistechnologie. De kansen voor specialiteiten, kleine series en maatwerk nemen toe door de nog voortgaande fragmentatie en differentiatie van markten als gevolg van individualisering van het consumentengedrag en van toenemende complexiteit van produktieprocessen. Vooral geïntegreerde vormen van automatisering in grote bedrijven dwingen tot een vermindering van complexiteit en het afstoten van niet essentiële taken aan veelal kleinere toeleveranciers. Dit levert een uitbreiding van mogelijkheden voor het mkb, dat dan wel moet voldoen aan stringente eisen ten aanzien van (constante) kwaliteit en leveringstermijnen. Een dreiging voor het mkb vanuit de combinatie van automatisering en communicatie (telematika) is misschien dat daardoor grote bedrijven beter in staat zijn snel meer gedetailleerde informatie te verwerven en te verwerken over specifieke behoeften van klanten, waardoor de traditioneel voor het mkb weggelegde nauwe voeling met klanten ten dele kan worden overgenomen. Daar staat tegenover dat die technologie ook gebruikt kan worden om, althans ten dele, tegemoet te komen aan het externe informatieprobleem van het mkb. Door het gebruik van databanken met goede zoekstructuren en bijbehorende communicatiemiddelen kan meer op specifieke vragen toegesneden informatie worden geleverd omtrent technologie, markt en regulering.

Wat betreft sociale innovatie wordt gewezen op ontwikkelingen in grote bedrijven naar vermindering van overhead, decentralisatie van bevoegdheden, re-integratie van taken, inspraak op de werkvloer, 'intra-

⁷³ *Automatisering, effecten voor het midden- en kleinbedrijf*; door E. Poutsma, P.M. van der Staal, F.W. van Uxem e.a., Zoetermeer/Delft, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf/Technische Universiteit Delft, 1986; *Procesinnovatie middels automatisering*; door E. Poutsma, P.M. van der Staal, F.W. van Uxem e.a. (rapport voor de WRR); Delft/Zoetermeer, Technische Universiteit Delft/Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1987.

⁷⁴ Poutsma e.a., *op. cit.*

⁷⁵ Poutsma e.a., *op. cit.*

⁷⁶ Poutsma e.a., *op. cit.*

⁷⁷ E. Arnold, 'Some lessons from government information technology policies'; *Technovation*, 1986.

preneurship' en dergelijke. Dit zou kunnen leiden tot een aantasting van comparatieve voordelen op deze punten bij het mkb. Men kan hier tegen inbrengen dat het misschien niet zo'n vaart zal lopen als soms wordt gesuggereerd, omdat in een groot bedrijf een meer uitgewerkte en geformaliseerde organisatiestructuur met procedures voor planning en controle nodig zijn als men de potentiële voordelen van schaafeffecten, specialisatie en samenwerking wil realiseren. Simpel gezegd: om voordelen van het kleinbedrijf te evenaren zal men voordelen van het grootbedrijf moeten opgeven. Dat neemt niet weg dat onnodige bureaucrativering kan worden weggesneden en dat een andere aanpak de motivatie kan verbeteren, en dit kan de positie van het grootbedrijf tegenover het kleinbedrijf versterken. Hierop moet worden geantwoord met versterking van het mkb op andere punten, waar nu het grootbedrijf sterker staat. Verbetering van kennis en informatie lijkt daarbij de hoogste prioriteit te hebben.

Eerder is reeds geconstateerd dat de ondernemer in het mkb het zich steeds minder zal kunnen permitteren alles zelf te doen en dat op verschillende punten samenwerking met andere bedrijven een noodzaak zal zijn, met als gevolg een afname van zelfstandigheid.

Een en ander zal er vermoedelijk toe leiden dat globaal gesproken in vele sectoren de verschillen tussen grote en kleine bedrijven kleiner zullen worden. Niettemin lijkt de geconstateerde spiegeling van sterke en zwakke punten in grote lijnen haar geldigheid te behouden. Dit is reden voor een nadere analyse van de mogelijke complementariteit van klein en groot.

1.5.2 *Dynamische complementariteit*

Samenleving, economie, technologie en wetenschap zijn zeker heden ten dage inherent dynamisch. Het abstraheren van plaats, tijd en onzekerheid is niet erg zinvol. Markten zijn geen rimpelloze vijvers van homogene produkten, maar constellaties van min of meer heterogene substituten in verschillende stadia van hun levenscyclus. De levenscyclus van een produkt (of dienst) heeft daarbij geen vaste en geen scherpe vorm. De vorm varieert vooral doordat aanpassings- en verbeteringsinnovaties de levenscyclus in meer of mindere mate kunnen verlengen. De vorm is niet scherp doordat tijdens de levenscyclus differentiaties en afgeleide produkten kunnen ontstaan. Het produkt is tijdens zijn leven zelden onveranderlijk. Bij duurzame produkten wordt aan de vervangingsvraag voldaan met produkten die niet identiek zijn aan het origineel maar qua functie ook niet wezenlijk verschillen. Het is niet altijd scherp te onderscheiden waar de differentiatie ophoudt en waar nieuwe levenscycli kunnen worden onderkend⁷⁸. Niettemin is het begrip 'levenscyclus' nuttig voor conceptualisering van de dynamiek. De levenscyclus kent de volgende fasen: aanloop (innovatie, d.w.z. eerste succesvolle introductie op de markt), versnelde penetratie (vroeg diffusie), vertraagde penetratie (late diffusie), verzadiging en verval, gemeten naar totale marktafzet of het aandeel daarvan in de afzet van een groep produkten. Productinnovatie heeft betrekking op outputs en procesinnovatie op processen van produktie en distributie. Maar de input van de een is vaak de output van de ander. De personal computer is een productinnovatie van computerfabrikanten en een procesinnovatie voor gebruikers. Vernieuwing kan ook worden ingedeeld naar de 'graad' ervan: nieuw voor de wereld, voor een land, voor een sector, voor een bedrijf, voor een individu binnen een bedrijf⁷⁹. Ook een indeling naar 'niveau' is mogelijk: basisinnovaties die nog geen eindprodukten opleveren waarvoor markten bestaan en toepassingsinnovaties waarvoor dat wel geldt.

⁷⁸ B. Gold, 'Technological diffusion in industry, research needs and shortcomings', *Journal of Industrial Economics*, jaargang 29, nr. 3, 1981; Nooteboom, *op. cit.* (1984).

⁷⁹ J.A.A.M. Kok, G.J.D. Offermans en P.H. Pellenburg, *Innovatieve bedrijven in Nederland*; in Sociaal-Geografische Reeks, nr. 32, Rijksuniversiteit Groningen, Groningen, 1984; Kleinknecht, *op. cit.*, Docter e.a., *op. cit.*

Aan het begin van de levenscyclus van een produkt ligt de nadruk op kwaliteit en produktspecificatie. Prijs speelt veel minder een rol, omdat er in de beginfase per definitie nog geen of weinig andere aanbieders van een gelijkwaardig produkt zijn (lage prijselasticiteit). Anders gezegd: er is een tijdelijk monopolie van de innovator. Afhankelijk van toetredingsdrempels in de vorm van patenten, gespecialiseerde kennis en ervaring, investeringen en dergelijke, zal gedurende de fasen van penetratie imitatie optreden, zal de concurrentie toenemen en zal de winstmarge onder druk komen te staan. Prijs en kosten dalen door de opbrengst van leereffecten. Afhankelijk van de aanwezigheid van schaaleffecten dalen gedurende de latere penetratie en de verzadiging de kosten verder door schaalvergroting. Dit gaat gepaard met een 'shake-out' van vooral kleinere bedrijven. Afhankelijk van de aanlooptijd van investeringen kan overcapaciteit zijn ontstaan doordat de verzadiging niet tijdig was voorzien. Dit leidt veelal tot prijsbederf en ruïneuze concurrentie⁸⁰. Hoewel onderzoek op dit terrein nog sterk voor verbetering en uitbreiding vatbaar is en de beschikbare resultaten niet allemaal met elkaar sporen, tekent zich toch het volgende beeld af⁸¹: het grootbedrijf is relatief sterk in basisinnovaties, innovaties van een hoge vernieuwingsgraad en procesinnovaties, vooral waar er sprake is van hoge investeringen, lange aanlooptijden en complexe produkten of installaties, met teams van gespecialiseerde arbeid. Het mkb loopt veelal achter in procesinnovatie, maar is sterk in op minder complexe produkten gerichte toepassingsinnovaties met een vaak minder hoge innovatiegraad, die veelal de vorm aannemen van aanpassing en verbetering van bestaande produkten of van nieuwe produkt/dienstcombinaties⁸².

Er zijn ook aanwijzingen dat in de neergaande fase van een produkt of dienst⁸³ en in neergaande sectoren het mkb langer blijft toetreden en investeren dan het grootbedrijf⁸⁴. Dit kan positief worden geïnterpreteerd als het vinden van perspectievolle aanpassingsinnovaties of restmarkten. De feiten kunnen ook worden geïnterpreteerd als een achter de ontwikkelingen aanlopen, met kapitaalverkwisting in investeringen die eigenlijk geen perspectief meer hebben, als gevolg van een onjuiste veronderstelling van een stabiele vraag.

Confrontatie van sterke en zwakke punten met de theorie van de levenscyclus leidt tot een strategie voor bedrijven in het mkb die hieronder kort uiteen wordt gezet. De uiteenzetting kan niet meer zijn dan een globale indicatie, waar in vele gevallen van zal moeten worden afgeweken. De strategie voor een individueel bedrijf hangt af van de sector, de conjunctuur, individuele eigenaardigheden van het bedrijf en de specifieke omstandigheden (lokale vraag en concurrentie, afwijkende cultuur- en gedragspatronen).

De sterke punten van slagvaardigheid en motivatie komen het best tot hun recht in de fase van innovatie. De slagvaardigheid is nodig om snel in te spelen op nieuwe mogelijkheden. De persoonlijke en weinig door procedures belemmerde intuïtie en daadkracht van de zelfstandige ondernemer zijn vaak nodig om onder de grote onzekerheid die innovatie typeert toch tot keuzen en actie te komen. De motivatie is nodig om alle tegenslagen te overwinnen die met innovatie gepaard gaan. De koppeling van eigendom, leiding en uitvoering bevordert dat tijdelijk, maar vaak veel langer dan verwacht, een karige beloning wordt geaccepteerd voor een uitzonderlijke inzet. De variatie van taken, ruimte voor improvisatie en de efficiënte, persoonlijke communicatie bevorderen de inventiviteit die bij innovatie nodig is. Het belang van de kwaliteit van het produkt in deze fase is gediend met de op vakmanschap en produkt ingestelde mentaliteit van de ondernemer. Door het relatief ondergeschikte belang van

⁸⁰ H.W. de Jong, *Dynamische markttheorie*; Leiden/Antwerpen, Stenfert Kroese, 1981.

⁸¹ Rothwell en Zegveld, *op. cit.* (1982); Docter e.a., *op. cit.*, Nooteboom, *op. cit.* (1984).

⁸² Poutsma e.a., *op. cit.* (1986; 1987).

⁸³ Nooteboom, *op. cit.* (1984).

⁸⁴ Webbink, *op. cit.*

de prijs, in dit stadium, tellen kostennadelen van kleinschaligheid niet mee. Belemmerende factoren zijn evenwel: gebrek aan informatie omtrent technische mogelijkheden, eisen ten aanzien van specificaties, licenties, patenten en markten; beperkte toegang tot kapitaal; veronachtzaming van marketingaspecten.

In de volgende fase van penetratie is voor het bedrijf dat met het produkt begon een snelle expansie geboden, vooral voor produkten/diensten met een breed marktpotentieel en een lage drempel voor imitatie. Hier liggen vaak knelpunten ten aanzien van financiering en organisatorische aanpassingen. Als in de markt nog geen consolidatie en schaalvergroting is opgetreden bestaat ook voor kleine nieuwkomers de mogelijkheid tot entree door snelle imitatie (als patenten dat toelaten). Een belemmerende factor is hier wellicht gebrek aan informatie omtrent huidige en toekomstige perspectieven van produkten, en eventuele toetredingsbarrières. In deze fase van innovatie en vroege penetratie zal in het algemeen voor een klein bedrijf de prijsstrategie dienen te zijn gericht op afringing eerder dan penetratie van de markt, tenzij men denkt ook op den duur de slag te kunnen winnen door een blijvende voorsprong op de concurrentie.

Gedurende latere penetratie en de fase van verzadiging zal het meegroeide bedrijf vaak een strategie volgen van schaalvergroting, markt-aandeelvergroting, marktafsluiting, integratie of samenwerking en diversificatie. De entree barrière voor kleinere bedrijven is dan vaak te hoog. In die fasen zouden kleinere toetredende bedrijven zich in principe moeten richten op produktdifferentiaties en specialiteiten die zich kunnen aftekenen (of die gecreëerd kunnen worden) naast de meer massale hoofdstromen. Dit sluit aan bij het sterke punt van geschiktheid voor gedifferentieerde produktie en maatproduktie. De differentiatie en aanpassing zal veelal bestaan uit het toevoegen van arbeidsintensieve componenten van service. Waar in dit stadium de prijs voor meer gestandaardiseerde produkten van groot belang is, vanwege een lage *gemiddelde* prijselasticiteit, zal het kleinere bedrijf zijn nauwere, meer individuele contacten met afnemers en zijn meer simpele en daardoor meer flexibele procedures voor offertes en administratie kunnen uitbaten door een differentiatie van prijzen gericht op individuele verschillen in prijselasticiteit bij de afnemers⁸⁵. Een goede strategische keuze en een slim commercieel beleid zijn in deze fase cruciaal en dit vormt veelal een knelpunt. Informatie omtrent markten en kennis omtrent strategie en marketing moeten worden verbeterd om verkeerde keuzen tegen te gaan en om kansen te benutten.

De analyse mondt uit in de eerder genoemde hypothese van 'dynamische complementariteit' tussen groot- en kleinbedrijf: grote en kleine bedrijven spelen verschillende rollen in het proces van innovatie en diffusie, die elkaar afwisselen en aanvullen. Generaliserend en schematisch samengevat: de basiskennis komt (veelal) van laboratoria van grote bedrijven en andere technisch/wetenschappelijke instellingen; inventieve toepassingen en eerste probeersels op de markt (proeftuinfunctie) komen (veelal) van het mkb; het doorstoten op de markt en omzetting in meer massale produktie komt (veelal) van het grootbedrijf (incl. gegroeide mkb-ondernemingen); produktaanpassingen en de verzorging van rest- en deelmarkten aan het einde van de levenscyclus komen (veelal) van het mkb. In deze laatste fase kan het mkb soms ook de functie vervullen van het opruimen en de 'recycling' van overtollige of verouderde produktiefactoren (aaskeverfunctie).

Tussen groot en klein doen zich ook nog andere, meer sectorspecifieke complementariteiten voor, zoals toelevering/uitbesteding en 'comakership'. In hoofdstuk 3 wordt hier uitvoeriger op ingegaan.

⁸⁵ In dit licht is het zeer twijfelachtig of een te strakke afgrenzing van prijsdiscriminatie wel in het belang is van het mkb als geheel.

In het algemeen geldt voor het mkb dat het een innovatiestrategie of een 'niche'-strategie moet volgen (gericht op rest- of deelmarkten)⁸⁶. De eerste strategie geldt misschien voor 10 à 20% 'echte' of 'agressieve' of 'dynamische' ondernemers en de tweede voor de meerderheid van op andere waarden georiënteerde ondernemers. De strategie die het kleine bedrijf zelden of nooit moet volgen is die van prijsconcurrentie ten aanzien van massaal en onder sterke schaafeffecten geproduceerde standaardgoederen en diensten in de latere fasen van de levenscyclus.

⁸⁶ Perry (*op. cit.*) geeft hiervan enkele aardige voorbeelden.

Plaats en functie van het midden- en kleinbedrijf

Drs. A.F.M. Nijssen

2. PLAATS EN FUNCTIE VAN HET MKB

2.1 Inleiding

Met dit hoofdstuk wordt beoogd inzicht te geven in de inhoud – de definiëring – van het begrip midden- en kleinbedrijf (mkb), de plaats welke het mkb inneemt alsmede de functies welke het vervult binnen de Nederlandse economie. Bij de *definiëring* zal allereerst aandacht worden besteed aan inhoudelijke, veelal kwalitatieve, criteria. Immers, eerst dan kan men zich een zo genuanceerd mogelijk beeld vormen van de kenmerken die wezenlijk zijn voor de ondernemingen welke tot het mkb worden gerekend. Deze wezenskenmerken zullen elders in dit rapport terugkomen als mogelijke aangrijpingspunten voor het regeringsbeleid, omdat zij veelal de specifieke mogelijkheden en/of beperkingen van deze ondernemingen aangeven. Tevens vormen deze gemeenschappelijke wezenskenmerken de verbindende schakels tussen het qua economische activiteiten zo heterogeen samengestelde ondernemingenbestand van het mkb. Omdat voor economische analyses kwantitatieve data onontbeerlijk zijn, is tevens gezocht naar een adequate operationalisering van een kwalitatief afgebakend mkb. Deze zogenaamde statistische definitie van het mkb – op basis van het aantal werkzame personen – zal in dit rapport steeds worden aangehouden.

Vervolgens zal worden ingegaan op de *plaats* welke het mkb inneemt in de nationale economie. Ter illustratie van de positie van het mkb zal een aantal indicatoren de revue passeren. Allereerst wordt aandacht besteed aan het aantal ondernemingen, de produktiewaarde, de arbeidsproduktiviteit, alsmede het arbeidsvolume. Vervolgens wordt ingegaan op de kostenstructuur. Essentieel voor de plaatsbepaling van het mkb is natuurlijk ook de sectorstructuur, die dan ook zoveel mogelijk in de bespreking zal worden meegenomen. Ten einde het geheel meer reliëf te geven zal worden gepoogd, daar waar mogelijk en zinvol, ook het grootbedrijf (gb) afzonderlijk zichtbaar te maken. Immers juist vanwege het grote aandeel van het mkb is de vergelijking van het mkb met het totaal, inclusief het mkb, vaak weinig zeggend.

Vervolgens komt de *functie* van het mkb aan bod. Uit de sectorstructuur, welke reeds aandacht heeft gekregen bij de behandeling van de plaats van het mkb, is uiteraard al het een en ander af te leiden omtrent de functies die ondernemingen in het mkb uitoefenen binnen de Nederlandse economie. De sectorstructuur zal, maar dan vanuit de optiek van de functie, nog even worden toegespitst. Het zwaartepunt van dit onderdeel zal echter komen te liggen bij de bespreking van de afzetstructuur. Door de combinatie sector-afzetstructuur en dat in vergelijking tussen mkb en grootbedrijf worden de economische functies van het mkb zichtbaar. Hierdoor wordt het mogelijk antwoord te geven op vragen als: richt het mkb zich voor zijn afzet in hoofdzaak op het binnen- of buitenland? Bestaan de afnemers van mkb-produkten of diensten uit andere ondernemingen (toelevering) of levert het mkb in hoofdzaak finale produkten? Tevens zal bij dit onderdeel ook worden aangegeven in welke mate het mkb zelf vervaardigde produkten verkoopt of dat alleen of in hoofdzaak sprake is van doorverkoop van elders vervaardigde goederen.

Als laatste onderwerpen komen in dit hoofdstuk aan de orde de kenmerken van de mkb-beroepsbevolking en de kwaliteit van de arbeid, zodat een visie kan worden ontwikkeld van de rol van het mkb op de arbeidsmarkt.

Het hoofdstuk zal worden afgesloten met een samenvattende conclusie op enkele hoofdlijnen.

2.2 Wat te verstaan onder het midden- en kleinbedrijf?

Omtrent de inhoud van het begrip 'midden- en kleinbedrijf' geeft de Commissie Research Midden- en kleinbedrijf de navolgende, in belangrijke mate op het 'Rapport Participatie en vestigingskrediet' van de Raad voor het Midden- en kleinbedrijf (1968) steunende, omschrijving: 'Een onderneming behorend tot het midden- en kleinbedrijf is een onderneming die ten minste twee van de hieronder genoemde kenmerken bezit ¹:

- a. betrekkelijk weinig gespecialiseerd leidinggevend personeel;
- b. nauw persoonlijk contact tussen de hogere leidinggevende organen, eigenaren, de werknemers, afnemers of leveranciers;
- c. geen mogelijkheden zich vermogen te verschaffen door een beroep te doen op de kapitaalmarkt;
- d. geen overheersende positie bij het onderhandelen over inkoop of verkoop;
- e. betrekkelijk sterke integratie in het plaatselijk milieu, waartoe de eigenaren en bedrijfsleiders behoren en een min of meer grote afhankelijkheid van de in de omgeving aanwezige afzet- en voorzieningsmogelijkheden' ².

Aan deze omschrijving van wezenskenmerken wordt door de Commissie Research Midden- en kleinbedrijf het element van de 'gemeenschappelijkheid van de problematiek', waarvoor deze bedrijven staan, toegevoegd. In deze gemeenschappelijkheid onderkent zij drie componenten, te weten:

- a. de uit de maatschappelijke dynamiek voortvloeiende noodzaak tot aanpassing;
- b. de gelijksoortige problematiek ten aanzien van de opstelling tegenover loon-, prijs-, fiscale en sociale verzekeringsvraagstukken en onderwerpen van ordelijk economisch verkeer;
- c. een gemeenschappelijkheid in de marktproblematiek die een gevolg is van het bestaan van grote ondernemingen.

Deze kwalitatieve begripsaanduiding wordt in de 'Beleidsnotitie betreffende het onderzoek ten behoeve van het midden- en kleinbedrijf' nader afgebakend, geoperationaliseerd aan de hand van een drietal criteria, te weten ³:

- a. de wijze van exploitatie;
- b. de economische activiteit;
- c. de ondernemingsgrootte.

Ten aanzien van de *wijze van exploitatie* richt het begrip mkb zich alleen op commerciële, particuliere ondernemingen. Ondernemingen behorende tot de overheidssfeer, alsmede alle stichtingen, instellingen en dergelijke zonder winstoogmerk, zijn uitgesloten.

Met betrekking tot de *economische activiteit* wordt het begrip in beginsel beperkt tot ondernemingen in de secundaire en tertiaire sector. Uit de primaire sector worden echter wel de hoveniersbedrijven en de zand-, grind- en mergelwinning meegenomen. Bij de tertiaire sector worden het openbaar vervoer alsmede de zee- en luchtvaart, behalve de kustvaart, uitgesloten.

Voor wat betreft de *ondernemingsgrootte* wordt de grens in beginsel gelegd bij 100 werkzame personen. Dat wil zeggen dat alle zelfstandige ondernemingen waarin minder dan 100 personen werkzaam zijn in principe gerekend worden tot het mkb.

¹ *Rapport van de Commissie Research MKB*, bijlage III; 's-Gravenhage, Ministerie van Economische Zaken, 1978.

² Hier zouden nog de volgende kenmerken aan kunnen worden toegevoegd:

- a de onderneming heeft een klein marktaandeel;
- b de eigenaar neemt actief deel aan de leiding;
- c de ondernemer bezit het merendeel van het eigen vermogen van de onderneming.

³ Brief van de Staatssecretaris van Economische Zaken van 17 oktober 1980 aan de Tweede Kamer der Staten-Generaal, Tweede Kamer, zittingsjaar 1980-1981, 16 400

Concluderend worden, op basis van voornoemde overwegingen in beginsel tot het mkb gerekend: *'de particuliere ondernemingen met minder dan 100 werkzame personen'* in de navolgende bedrijfstakken/-klassen/-groepen, zoals omschreven in de Standaard Bedrijfsindeling (SBI-1974) van het CBS:

bedrijfstak 2/3:	industrie (met uitzondering van 39.5: Sociale werkplaatsen)
bedrijfstak 5:	bouwnijverheid en -installatiebedrijven
bedrijfstak 6:	handel, horeca en reparatie gebruiksgoederen
bedrijfstak 7:	transport-, opslag- en communicatiebedrijven (met uitzondering van 71: Spoorwegen; 72.1: Tram- en autobuslijndiensten; 75: Luchtvaart en 77: Communicatiebedrijven)
bedrijfstak 8:	bank- en verzekeringswezen, zakelijke dienstverlening
bedrijfstak 9:	overig onderwijs (SBI-92.9), bibliotheken, musea en cultuurbehoud (SBI-95.4), radio en televisie (SBI-95.5), filmwezen (SBI-95.6), schouwburgen, concertgebouwen (SBI-95.7), gezelschappen en zelfstandige kunstenaars (SBI-95.8), sport en recreatie (SBI-96), overige dienstverlenende bedrijven (SBI-98, excl. reinigings- en ontsmettingsbedrijven (SBI-98.1)
bedrijfsgroep 01.3:	plantsoendiensten en hoveniers (SBI-01.3)
bedrijfsgroep 19.1:	zand; grind- en mergelwinning (SBI-19.1).

Niet tot het midden- en kleinbedrijf worden derhalve gerekend de openbare nutsbedrijven (SBI-4), alsmede het grootste deel van de landbouw, bosbouw en visserij (SBI-0). De uitsluiting van agrarische bedrijven moge op het eerste gezicht wellicht vreemd aandoen, maar is bij nadere beschouwing toch niet zo onlogisch. In de agrarische sector overheersen wel de kleine en middelgrote zelfstandige ondernemingen, maar de productie- en afzetverhoudingen waaronder zij werken, vertonen zeer grote verschillen met die voor de niet-agrarische bedrijven gelden. Op het niveau van de individuele onderneming treden de agrarische producenten niet als elkaars concurrenten op. Hun producten zijn nogal homogeen en hun afzet verloopt veelal via coöperatieve veilingen waarop de producten van de individuele aanbieder worden 'geanonimiseerd'. Samenwerking in de vorm van aan-, verkoop- en verwerkingscoöperaties die als verlengstuk van het individuele agrarische bedrijf kunnen worden gezien, is kenmerkend voor deze bedrijfstak. Bij deze specifieke omstandigheden sluit het landbouwbeleid van de verschillende overheden nauw aan. Voor de ondernemingen buiten de agrarische sector is van een vergelijkbare homogeniteit ten aanzien van productie- en afzetomstandigheden en van overheidsbeleid geen sprake. Uitsluiting van de agrarische sector bij de behandeling van de problematiek van het mkb lijkt daarom gerechtvaardigd.

Ter afsluiting van deze paragraaf betreffende de definiëring van het midden- en kleinbedrijf nog het volgende. In weerwil van de benaming 'midden- en kleinbedrijf' vormt de onderneming en niet de vestiging of bedrijfseenheid de relevante entiteit. Onder een onderneming wordt verstaan, een als economische of financiële eenheid functionerend orgaan of persoon, waarin of door wie op enigerlei wijze wordt deelgenomen aan de maatschappelijke voortbrenging van goederen of de verlening van economische diensten en welke zich in het maatschappelijk verkeer als juridische eenheid voordoet. Het zich in het maatschappelijk verkeer voordoen als een juridische eenheid zal vaak blijken uit het feit dat over die eenheid een eigen balans, respectievelijk financiële verantwoording wordt opgemaakt. Een juridische eenheid kan zowel omvatten natuurlijke personen (eenmanszaken of zelfstandige beroepsbeoefenaren), een combinatie van natuurlijke personen (vennootschap onder firma of

maatschap) als wel rechtspersonen (besloten en naamloze vennootschappen). De rechtsvorm als zodanig heeft geen betekenis als indelingscriterium voor het mkb, met uitzondering van stichtingen, die immers per definitie geen winst beogen en daarmee niet voldoen aan het eerder genoemde criterium betreffende de wijze van exploitatie, te weten de gerichtheid op commerciële activiteiten.

2.3 De plaats van het midden- en kleinbedrijf in de nationale economie

2.3.1 *Het aantal ondernemingen*

Het bedrijfsleven, inclusief de landbouw en dergelijke, telt 543.000 ondernemingen. Laat men de primaire sector (landbouw en visserij) – waar 112.000 ondernemingen actief zijn – buiten beschouwing, dan resteert een aantal van 431.000 ondernemingen welke in beginsel relevant zijn voor de onderhavige probleemstelling. Aangezien het grootbedrijf in Nederland slechts beperkt in aantal is (ca. 3000 ondernemingen), behoort het merendeel – en wel 428.000 – van deze ondernemingen tot het midden- en kleinbedrijf. Het aandeel van het mkb in het totale ondernemingenbestand is dan ook hoog; 80% van alle ondernemingen en als de landbouwsector buiten beschouwing blijft loopt dit percentage zelfs op tot praktisch 100. Aandelen van 97% of hoger worden over de gehele linie aangetroffen indien men de mkb-ondernemingen relateert aan het ondernemingenbestand per relevante bedrijfstak of -klasse.

Het is echter niet alles goud wat er blinkt. Zo is uit recent onderzoek gebleken dat bij benadering een kwart van alle ondernemingen (ca. 100.000) niet geacht kan worden een wezenlijke bijdrage te leveren aan de economische groei⁴. Hierbij gaat het in de helft van de gevallen om BV's zonder werkzame personen, terwijl het overige deel eenmanszaken zonder personeel betreft met een winstinkomen van gemiddeld slechts 7000 gulden op jaarbasis. De BV's zonder werkzame personen worden hoofdzakelijk aangetroffen in de zakelijke diensten; de marginale eenmanszaken vooral in de persoonlijke diensten.

Concluderend kan worden gesteld dat het aantal tot het mkb behorende ondernemingen, dat een wezenlijke bijdrage levert aan de economische groei en de werkgelegenheid, in ons land circa 330.000 bedraagt. Tabel 2.1 bevat enkele kerncijfers hieromtrent.

Tabel 2.1 Het aantal ondernemingen, 1985

	Ondernemingen	
	× 1000	%
Totaal bedrijfsleven	543	100
w.v. landbouw en visserij	112	21
overig	431	79
Particulier bedrijf, excl. landbouw enzovoort (= overig)	431	79
w.v. grootbedrijf (≥ 100 werkzame personen)	3	0,7
mkb (1-99 werkzame personen)	428	78,9
MKB	428	78,9
w.v. BV's zonder personeel/marginale eenmanszaken voor economische groei relevant mkb	100	18
	328	60

Bron: A. Nijsen, G. Regter, U. Struiken, Het aantal ondernemingen, een indicator van economische groei? Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, 1986.

⁴ A. Nijsen, G. Regter, U. Struiken, *Het aantal ondernemingen, een indicator van economische groei?* Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986.

2.3.2 *Productie, arbeidsproductiviteit en arbeidsvolume*

De economische betekenis van het mkb is onder meer af te leiden uit de omvang van de produktiewaarde, uitgedrukt in bruto toegevoegde waarde tegen factorkosten. In 1985 bedraagt de waarde van de produktie welke is gerealiseerd door mkb-ondernemingen ruim 100 miljard gulden. Hiermee is het mkb goed voor bijna 28% van de produktie van de totale sector bedrijven, inclusief landbouw en overheidsbedrijven; 363 miljard gulden in 1985. Indien de vergelijking wordt beperkt tot het particuliere bedrijf, exclusief de landbouw dan loopt het aandeel van de mkb-produktie op tot bijna 50%.

In de voorgaande paragraaf is aangetoond dat het voor de economische groei relevante aantal mkb-ondernemingen naar schatting 328.000 bedraagt. Betreft men hierbij de totale produktie van het mkb, dan impliceert dit een gemiddelde jaarlijkse produktiewaarde van ruim 300.000 gulden per onderneming.

Voor de plaatsbepaling van het mkb is uiteraard van belang te weten in welke sectoren van de economie deze produktie wordt gerealiseerd. Tabel 2.2 bevat hiervan een overzicht.

Tabel 2.2 Verdeling van de produktiewaarde naar grootteklasse en sectoren in procenten, 1985

SBI	Omschrijving	Productie ^{a)}	
		mkb	gb
		totaal = 100	
2/3	Industrie	21,6	50,3
5	Bouw- en installatiebedrijven	14,2	6,2
6	Handel, horeca, reparatiebedr.	39,3	12,0
	61/62 Groothandel		21,4
	65/66 Detailhandel		9,9
	67 Horeca		4,1
	68 Reparatiebedrijven		3,9
7	Vervoer	7,7	6,3
8	Verzekeringswezen, zakelijke diensten	17,1	25,2
9	Overige dienstverlening		
	Totaal	100	100

Bron: EIM.

a) Bruto toegevoegde waarde tegen factorkosten.

In het oog springend is de grote betekenis van de sector handel, horeca en reparatie voor het mkb. Maar liefst bijna 40% van de totale mkb-produktie wordt gegenereerd in deze bedrijfstak. Binnen deze bedrijfstak zijn vooral van belang de groot- en detailhandel. Buiten bedrijfstak 6 zijn vooral van betekenis de industrie, de zakelijke diensten en de bouw.

In vergelijking tot de sectorale verdeling van de produktie in het grootbedrijf is vooral opvallend dat het grootbedrijf de helft van zijn produktie realiseert in de industrie, terwijl het mkb gekenmerkt wordt door een veel gelijkmatiger verdeling van de produktiewaarde over de verschillende sectoren. Overigens dient wel te worden bedacht dat in het kleinbedrijf als onderdeel van het mkb het produktie-aandeel van de handelssectoren aanmerkelijk groter is, terwijl in het middenbedrijf dit juist het geval is voor de industrie.

Voor een beoordeling van het werkgelegenheidscreërend vermogen van de onderscheiden sectoren is het van belang te weten op welke wijze deze produktie tot stand komt. Welk type produktieprocessen zitten daar achter, zijn deze kapitaal- of arbeidsintensief? Een indicatie hieromtrent kan worden verkregen door te kijken naar de arbeidsproductiviteit. Deze is immers bepalend voor het arbeidsvolume dat nodig is voor de realis-

is immers bepalend voor het arbeidsvolume dat nodig is voor de realisatie van de productie. Tabel 2.3 bevat informatie over de arbeidsproductiviteit.

Tabel 2.3 Arbeidsproductiviteit in het mkb en gb, 1985

SBI	Omschrijving	mkb	Verhouding mkb/gb
		gld. per arb.jaar	Verhouding
2/3	Industrie	67400	.57 ^{a)}
5	Bouw- en installatiebedrijven	55800	.69
6	Handel, horeca, reparatiebedr.	60000	.87
	61/62 Groothandel	99300	.93 ^{d)}
	65/66 Detailhandel	37800	.68 ^{d)}
	67 Horeca	41000	.80
	68 Reparatiebedrijven	51800	.94
7	Vervoer	73500	.74 ^{d)}
8	Verzekeringswezen, zakel. diensten	59600	.96
9	Overige dienstverlening		
	Totaal	61600	.65

Bron: EIM.

a) Verhoudingscijfers hebben betrekking op verschillende, minder recente jaren; 1979 industrie, 1981 groothandel en vervoer, 1983 detailhandel.

Uit tabel 2.3 blijkt dat de arbeidsproductiviteit in het mkb beduidend lager ligt dan die in het grootbedrijf. Het gaat om een verschil van 35%. In grote lijnen is hiermee aangegeven dat het productieproces in het mkb arbeidsintensiever is – er is meer arbeid benodigd per eenheid produkt – dan in het grootbedrijf. Met uitzondering van de reparatiebedrijven geldt dit over de gehele linie, dus voor alle onderscheiden bedrijfstakken en -klassen. Er zijn echter toch belangrijke verschillen aan te geven die verband houden met de mate waarin bepaalde productieprocessen zich lenen tot het behalen van schaalvoordelen (economies of scale). Het meest in het oog springend zijn de produktiviteitsverschillen binnen de industrie. De arbeidsproductiviteit van het industriële mkb blijft zeer sterk achter bij die van de grote industriële bedrijven. Uiteraard spelen binnen de industrie verschillen in sectorstructuur een grote rol; de aardolie en de petrochemie bijvoorbeeld komen nagenoeg uitsluitend voor in het grootbedrijf. Maar desondanks blijven er toch nog verschillen die te maken hebben met kleinschalige versus grootschalige productieprocessen, ofwel arbeidsintensief versus kapitaalintensief produceren. Daarnaast zijn er nog een viertal sectoren – de bouwnijverheid, de detailhandel, de horeca en het vervoer – waar de arbeidsproductiviteit in het mkb, zij het niet zoveel als bij de industrie, achterblijft bij die van het grootbedrijf. Het gaat daarbij om verschillen in de orde van 20 à 30%. Voor de bouwnijverheid kan dit verschil in belangrijke mate worden verklaard uit de hogere produktiviteit bij de grootschalige grond-, water- en wegenbouwbedrijven. Bij de detailhandel kan het verschil in arbeidsproductiviteit tussen het mkb en het grootbedrijf grotendeels worden toegeschreven aan het bestaan van grootschalige distributiesystemen binnen de levensmiddelensector. Voor de horeca mag aan dit kengetal niet een al te grote betekenis worden gehecht, omdat het aandeel van het grootbedrijf in deze bedrijfsklasse vrijwel te verwaarlozen is. Bij het vervoer spelen vooral een rol arbeidsproductiviteitsverschillen tussen het wegvervoer (hoofdzakelijk mkb) en de scheepvaart, luchtvaart annex hulpbedrijven van het vervoer waar het grootbedrijf meer gewicht in de schaal legt. Ten slotte resteren nog bedrijfstakken/-klassen als de groothandel, de reparatiebedrijven, de zakelijke en overige diensten. De arbeidsproductiviteit in het mkb ligt in deze sectoren, globaal gezien slechts 5% lager dan in het grootbedrijf. Deze geringe discrepantie is vermoedelijk een aanwijzing dat het productie- of dienstverleningsproces

in deze sectoren – althans bij de huidige stand van de technologie – vooralsnog geen belangrijke mogelijkheden of voordelen biedt tot kapitaalintensivering of schaalvergroting.

Het arbeidsvolume, het laatste aandachtspunt in deze paragraaf, is een functie van de productie en de arbeidsproductiviteit. De samenhang met de productie-omvang is positief, terwijl die met de arbeidsproductiviteit een negatieve is. Met name laatstgenoemde negatieve samenhang leidt ertoe dat de sectorale structuur van het arbeidsvolume afwijkt van de sectorstructuur van de productie, zoals deze is opgenomen in tabel 2.2. Ter illustratie van dit fenomeen zijn de omvang en de sectorstructuur van het arbeidsvolume verwerkt in tabel 2.4.

Tabel 2.4 Arbeidsvolume in het mkb en gb, 1985^{a)}

SBI	Omschrijving	mkb		gb		
		× 1000	%	× 1000	%	
2/3	Industrie	328	20,4	544	51,9	
5	Bouw- en installatiebedrijven	240	15,0	80	7,6	
6	Handel, horeca, reparatiebedr.	653	40,1	186	17,8	
	61/62 Groothandel		217	13,5	69	6,7
	65/66 Detailhandel		269	16,8	101	9,6
	67 Horeca		91	5,7	13	1,2
	68 Reparatiebedrijven		76	4,7	3	0,3
7	Vervoer	100	6,2	64	6,1	
8	Verzekeringswezen, zakel. diensten	201	12,5	140	13,4	
9	Overige dienstverlening	83	5,2	34	3,2	
	Totaal	1604	100	1047	100	

Bron: EIM.

a) In arbeidsjaren (full-time equivalenten).

Bij bestudering van tabel 2.4 vallen twee zaken op. Allereerst het verschil tussen de sectorstructuur van het arbeidsvolume en de productie (vergelijk tabel 2.4 met tabel 2.2). Op de tweede plaats verschillen in sectorale verdeling van het arbeidsvolume tussen het mkb en het grootbedrijf. Om te beginnen de vergelijking tussen de sectorstructuur van het arbeidsvolume en de productie binnen het mkb. Over het algemeen ontlopen deze twee structuren elkaar niet al te veel. Dat heeft alles te maken met de in het algemeen geringe spreiding van de arbeidsproductiviteit van de afzonderlijke bedrijfsklassen binnen het mkb als totaliteit. Er zijn echter twee duidelijke uitzonderingen en wel de beide handelssectoren. Het arbeidsvolume-aandeel van de groothandel (13,5%) ligt aanzienlijk lager dan het aandeel van de groothandelsproductie (21,4%); de zeer hoge arbeidsproductiviteit (bijna 100.000 gulden per arbeidsjaar) ligt hieraan ten grondslag. Het omgekeerde beeld zien we bij de detailhandel. Terwijl het arbeidsvolume-aandeel daar 16,8% bedraagt, levert de detailhandel slechts 9,9% van de mkb-productie. De arbeidsproductiviteit in het detailhandels-mkb bedraagt dan ook slechts 37.800 gulden per arbeidsjaar; lager dan in de andere onderscheiden onderdelen van het mkb en zelfs bijna 40% onder de gemiddelde arbeidsproductiviteit van het mkb als totaliteit.

Een andere invalshoek (zie wederom tabel 2.4) vormt de vergelijking van het sectorale arbeidsvolume tussen het mkb en het grootbedrijf. Het meest pregnante verschil betreft de bedrijfstakken industrie en handel, horeca, reparatiebedrijven. Terwijl het mkb-arbeidsvolume voor slechts 20,4% wordt aangetroffen in de industrie, bestaat ruim de helft van het 'grootschalige' arbeidsvolume uit industriële arbeid. Vrijwel de omgekeerde situatie doet zich voor in de handel, enzovoort. Ruim 40% van het mkb-arbeidsvolume betreft activiteiten in de handel, horeca en reparatiebedrijven; bij het grootbedrijf is het aandeel van deze bedrijfstak slechts bescheiden. Vermeldenswaard is nog dat de bouwnijverheid voor

het mkb, zowel absoluut als relatief een belangrijker werkgever is binnen het mkb als bij het grootbedrijf. En, last but not least, het mkb-arbeidsvolume overtreft die in het grootbedrijf met 557.000 arbeidsjaren en bedraagt 60% van het totale particuliere arbeidsvolume.

2.3.3 De kostenstructuur

In de voorgaande paragraaf hebben we kunnen zien dat:

- een groot deel van de mkb-productie wordt gerealiseerd in de handelssectoren;
- de arbeidsproductiviteit van het mkb naar verhouding laag is en bijgevolg het productieproces relatief arbeidsintensief.

Deze twee elementen - kenmerken van het mkb - spelen door in de kostenstructuur. Voor de mkb-ondernemer vormt de kostenstructuur een belangrijk beleidsvariabele, omdat hij deze - in tegenstelling tot de afzet - min of meer kan beïnvloeden. Tevens heeft het overheidsbeleid veelal direct invloed op omvang en samenstelling van de produktiekosten. Te denken valt hierbij aan het beleid ten aanzien van energieprijzen, het loonbeleid, het beleid rondom de sociale zekerheid en de daaruit resulterende premielasten van het bedrijfsleven. Tabel 2.5 bevat informatie over de kostenstructuur.

Tabel 2.5 De kostenstructuur van mkb en gb, 1985

Omschrijving	mkb		gb ^{b)}	
	mld.gld.	%	mld.gld.	%
* Omzet ^{a)}	431	190	461	150
inkoopwaarde handelsomzet	204	90	154	50
afzet ^{a)}	227	100	307	100
* Afzet	227	100	307	100
w.v. verbruik ^{a)}	124	55	207	67
productie ^{a)}	103	45	100	33
* Productie	103	45	100	33
w.v. arbeidskosten	77	34	60	20
w.v. loonkosten werknemers	(62)	(27)	(60)	(20)
gewaardeerd loon voor zelfstandigen	(15)	(7)	(-)	(-)
afschrijvingen	12	5	13	4
overige bedrijfskosten	9	4	} 27	9
winst uit onderneming ^{b)}	5	2		

Bron: EIM.

a) Exclusief BTW en in marktprijzen.

b) Exclusief gewaardeerd loon zelfstandigen.

c) Geraamd op basis van sectorbedrijven totaal.

Zoals gezegd slaat een aantal kenmerken van het mkb neer in verschillen in de kostenstructuur ten opzichte van het grootbedrijf (zie tabel 2.5). Allereerst valt op dat de mkb-omzet bijna het dubbele bedraagt van de mkb-afzet. Dit verschil wordt volledig veroorzaakt door de inkoopwaarde van de handelsomzet, welke in het mkb vanwege het eerder vermelde grote aandeel van de handelssectoren en de reparatiesector (garages) veel omvangrijker is dan in het grootbedrijf. De inkoopwaarde van de handelsomzet vormt daarmee voor het mkb als totaliteit de grootste kostenpost. Verderop zal worden aangetoond dat dit alleen geldt voor enkele bedrijfsklassen binnen het mkb.

Met betrekking tot de verdeling van de afzet naar verbruik en productie zijn de verschillen tussen het mkb en het grootbedrijf opvallend. Het verbruik vormt voor het grootbedrijf een veel grotere kostenpost dan voor het mkb. Met name de energiekosten en de hoeveelheid uitbesteed werk vormen hiervan een belangrijke verklaring. De verbruikskosten van het mkb bestaan hoofdzakelijk uit grondstoffen en halffabrikaten alsmede de vaste lasten.

De verrichte diensten door derden (12%) en de energiekosten (5%) spelen – in tegenstelling tot het grootbedrijf – een minder grote rol.

Aangeland bij de produktiekosten blijkt het grote aandeel van de arbeidskosten in de toegevoegde waarde van het mkb, en wel ruim driekwart. Bij het grootbedrijf ligt dit aandeel veel lager. Dit verschil kan in hoge mate worden toegeschreven aan:

- het gewaardeerd loon voor de arbeidsinzet van de zelfstandigen en hun medewerkende echtgenoten, ter waarde van 15 miljard gulden;
- het arbeidsintensieve karakter van het mkb waardoor, ondanks relatief lage lonen, de totale loonkosten toch hoger uitkomen dan in het arbeidsextensieve grootbedrijf met zijn hoge lonen.

De toevoeging van de post gewaardeerd loon van zelfstandigen aan de arbeidskosten is in mindering gebracht op de winst; hetgeen tevens de verklaring vormt voor het naar verhouding lage winstcijfer bij het mkb.

Indien de kostenstructuur wordt verbijzonderd naar sectoren binnen het mkb, dan presenteert zich een beeld zoals weergegeven in tabel 2.6.

Tabel 2.6 Kostenstructuur naar sectoren van het mkb, 1985; (afzet = 100)

Bedrijfstakken/-klassen	Omzet	Inkoopwaarde handelsomzet	Afzet in mld. gld. (= 100)	Verbruik	Loonkosten ^{a)}	Overige verbruikskosten	Winst ^{b)}	AIQ
Industrie	108	8	69,8	70	22	6	2	83,1
Bouw- en installatiebedrijven	101	2	33,3	57	36	3	3	93,4
Handel, horeca, reparatiebedrijven	383	283	70,2	43	39	14	5	–
Groothandel	464	364	37,8	41	31	16	12	64,7
Detailhandel	341	241	14,8	33	62	13	–7	111,8
Horeca	102	2	10,1	54	36	10	0	91,5
Reparatiebedrijven	429	329	7,6	49	41	10	0	88,4
Vervoer	100	–	17,9	56	31	12	1	90,9
Verzekeringswezen, zakelijke diensten	101	1	35,3	46	39	11	4	85,8
Overige dienstverlening								
Totaal mkb	190	90	226,7	55	33	9	3	87,2

Bron: EIM.

a) Inclusief een gewaardeerd loon van 46.000 gulden per zelfstandige.

b) Exclusief een gewaardeerd loon van 46.000 gulden per zelfstandige.

Tussen de sectoren van het mkb zijn er aanzienlijke verschillen in kostenstructuur (zie tabel 2.6). Allereerst de inkoopwaarde van de handelsomzet. Deze blijkt alleen van substantiële – maar dan ook overheersende – betekenis te zijn bij de handel (groot- en detailhandel), alsmede de reparatiesector. Veranderingen in de inkooprijzen van handelsgoederen kunnen voor deze bedrijfsklassen van grote betekenis zijn, zeker in geval zij niet in de afzetrijzen kunnen of mogen worden doorberekend. Met name de winst zal hierdoor hetzij negatief hetzij positief beïnvloed kunnen worden. Interessant is nog het fenomeen dat het industriële mkb nog inkoopkosten voor handelsgoederen heeft ter waarde van 8% van de afzet. Dit duidt op handelsactiviteiten parallel aan industriële produktie, hetgeen met name bij kleinere industriële bedrijven nogal eens voorkomt. De sectoren waar de afzet niet gereed wordt ingekocht, doch zelf geproduceerd, kennen als meest belangrijke kostencomponent veelal het verbruik. Zo blijkt dat in de industriële mkb-bedrijven de waarde van het verbruik 70% van de afzet bedraagt. Relatief hoge verbruikscijfers worden eveneens aangetroffen bij de bouw, de horeca en het vervoer. Opvallend laag zijn de verbruikscijfers in de detailhandel en de reparatiebedrijven; de groothandel en de zakelijke en overige diensten nemen een tussenpositie in.

De mate van arbeidsintensiteit laat zich goed aflezen via het aandeel van de loonkosten in procenten van de afzet alsmede de AIQ. Onbetwiste koploper is de detailhandel met een loonkostenaandeel van ruim 60%. Dit hoge aandeel wordt voor een overigens groot deel bepaald door de arbeidsinzet van zelfstandigen/medewerkende gezinsleden en het aan hen toegerekend gewaardeerd loon. Deze post is in mindering gebracht op de winst, welke bijgevolg negatief wordt. Eveneens arbeidsintensief, in de zin van de loonkosten zijn hoger dan de verbruikskosten, is de reparatiesector. Voor de meeste overige sectoren gelden loonkostenaandelen die globaal variëren tussen 30 en 40%. Een opvallende uitzondering vormt het industriële mkb waar de loonkosten van ondergeschikter belang zijn.

De resterende kostenpost betreft de overige verbruikskosten. Deze kostenrubriek omvat een groot aantal elementen waarvan het gewicht nogal varieert tussen de sectoren. Zo speelt bijvoorbeeld in de handel, horeca en reparatiesector een rol dat de energiekosten van vervoermiddelen in deze post zijn begrepen (ca. 3%-punten). Daarnaast, en dat is meer conform de uitgeoefende functies, zijn in de groot- en detailhandel van belang de kosten van het verkoopapparaat (advertentie- en reclamekosten). In de groothandel spelen ook de rentelasten nog een rol. Meer specifiek voor de reparatie- en vervoerssector zijn de kosten voor onderhoud en reparatie van vervoermiddelen, terwijl in de industrie nog de afschrijvingen van belang zijn.

2.4 De functies van het mkb in de nationale economie

Indicaties omtrent de functies die het mkb vervult binnen de nationale economie kunnen worden ontleend aan de sectorstructuur, die antwoord geeft op de vraag in welke sectoren zijn de mkb-ondernemingen actief zijn, alsmede aan de afzetstructuur, welke inzicht geeft in de bestemming/aard van de geproduceerde goederen of diensten.

2.4.1 De sectorstructuur nader bezien

In de voorgaande paragraaf is de sectorstructuur reeds meerdere malen ter sprake geweest. De opzet van deze paragraaf is dan ook geen andere dan het aanscherpen van de gedachten op dit punt, maar dan vanuit de optiek van de door het mkb te vervullen functies. Bij gebrek aan voldoende gespecificeerde informatie over de productie wordt het werkgelegenheidsaandeel gehanteerd als maatstaf om aan te geven of het mkb in bepaalde onderdelen van de economie is oververtegenwoordigd. Er is gebruik gemaakt van concentratie-indices, waarmee over (> 1) of ondervertegenwoordiging (< 1) van het mkb kan worden aangegeven. De horeca alsmede de reparatiebedrijven zijn buiten beschouwing gebleven omdat daar vrijwel alle functies op overheersende wijze door het mkb worden uitgeoefend.

De industrie

De industriële productie komt hoofdzakelijk tot stand in het grootbedrijf; de verdeling van de werkgelegenheid over de grootte-klassen is dan ook navenant. In vergelijking tot het werkgelegenheidsaandeel van het mkb in de totale industrie is het mkb echter naar verhouding oververtegenwoordigd in voornamelijk op consumptiegoederen gerichte sectoren als de kleding- en schoeiselindustrie en de meubelindustrie. Ook de textiel-, hout- en bouwmaterialen – alsmede de grafische industrie kennen relatief veel kleine bedrijven. Het industriële mkb bevindt zich qua zwaartepunt hoofdzakelijk aan het eind van de produktiekolom. Tabel 2.7 vat een en ander samen.

Tabel 2.7 Concentratie-indices voor werkgelegenheidsaandelen in de industrie

Sectoren	mkb	gb
Voedings- en genotmiddelen	1.05	.97
Textiel, kleding, schoeisel	1.53	.69
Hout, meubelen, bouwmaterialen	1.84	.49
Papier, grafische industrie	1.23	.86
Aardolie, chemie, rubber, kunststof	.87	1.32
Metaal	.87	1.08
Totaal (percentages)	38	62

Bron: CBS/EIM.

De bouw- en installatiebedrijven

Hoewel het mkb een overheersend aandeel heeft in de totale werkgelegenheid van de bouwsector blijken de zwaartepunten van de activiteitsverdeling binnen de bouw sterk te verschillen tussen mkb en grootbedrijf. Terwijl het mkb zich sterker concentreert op activiteiten in de sfeer van afwerking van gebouwen en dergelijke⁵, ligt voor het grootbedrijf het zwaartepunt heel duidelijk op grond-, water- en wegenbouwactiviteiten. Tabel 2.8 geeft bijbehorende concentratie-indices.

Tabel 2.8 Concentratie-indices voor werkgelegenheidsaandelen in de bouw

Sectoren	mkb	gb
Burgerlijke en utiliteitsbouwbedrijven	.97	1.08
Grond-, water- en wegenbouwbedrijven	.76	1.73
Afwerking van gebouwen	1.31	.12
Bouwinstallatiebedrijven	1.04	.88
Totaal (percentages)	74	26

Bron: CBS/EIM

De groothandel

Ook binnen de groothandel, waar het zwaartepunt van de werkgelegenheid in hoge mate bij het mkb ligt, zijn er toch verschillen waar te nemen in functievervulling tussen het mkb en het grootbedrijf. Tabel 2.9 bevat hiervoor informatie.

Tabel 2.9 Concentratie-indices voor werkgelegenheidsaandelen in de groothandel

Sectoren	mkb	gb
Groothandel in:		
- intermediaire goederen	1.07	.81
- investeringsgoederen	.96	1.11
- voedings- en genotmiddelen	1.07	.81
- duurzame consumptiegoederen	1.03	.88
- overige goederen ^{a)}	.92	1.23
Totaal (percentages)	74	26

Bron: CBS/EIM.

a) Farmaceutische, medische en dergelijke goederen, papier, boeken, kantoorbenodigdheden, optische, fotografische goederen en dergelijke.

⁵ Schilders-, glazenmakers- en behangersbedrijven, stucadoorbedrijven en overige afwerking van gebouwen

De mkb-groothandel is oververtegenwoordigd in de intermediaire goederen, de voedings- en genotmiddelen en in lichte mate bij de duurzame consumptiegoederen. Voor het grootbedrijf ligt het zwaartepunt heel duidelijk bij investeringsgoederen en de overige goederen.

De detailhandel

De detailhandel wordt van oudsher als een echte mkb-sector gekenschetst. Dat neemt niet weg dat het mkb zich van lieverlee – al dan niet noodgedwongen – richt op bepaalde onderdelen van het detailhandels-distributieproces. Tabel 2.10 bevat de relevante concentratie-indices.

Tabel 2.10 Concentratie-indices voor werkgelegenheidsaandelen in de detailhandel

Sectoren	mkb	gb
Detailhandel in:		
- voedings- en genotmiddelen	.92	1.21
- textiel, kleding en schoeisel	1.04	.90
- meubelen, woninginrichting, huis-houdelijke artikelen	1.28	.31
- overige artikelen ^{a)}	1.28	.31
- overige detailhandel ^{b)}	.31	2.69
Totaal (percentages)	71	29

Bron: CBS/EIM.

a) SBI 654, 664-668, drogisterijen, boekhandel, foto-artikelen, bloemen, speelgoed e.d.

b) Apotheken, warenhuizen, postorderbedrijven.

Het mkb is oververtegenwoordigd bij de detailhandel in meubelen, woninginrichting en dergelijke, alsmede in de detailhandel in overige artikelen. Het grootwinkelbedrijf profileert zich sterker in de voedings- en genotmiddelenbranche en de warenhuizen, postorderbedrijven. De textielbranche kent nog een lichte oververtegenwoordiging van het mkb.

Het vervoer

Het vervoer is qua samenstelling een nogal heterogene sector, die varieert van taxibedrijven tot zeevaart enerzijds en reisbureaus en pakhuisen anderzijds. Zo is het ook gesteld met de functies welke het mkb hierbinnen vervult. Tabel 2.11 maakt een en ander zichtbaar.

Tabel 2.11 Concentratie-indices voor werkgelegenheidsaandelen in het vervoer

Sectoren	mkb	gb
Taxi- en tourwagenbedrijven	1.46	.22
Goederenwegvervoer	1.37	.38
Zeevaart	.27	2.24
Binnenvaart	1.29	.51
Reisbureaus	.73	1.46
Overig vervoer (vemen, pakhuizen e.d.)	.60	1.70
Totaal (percentages)	63	37

Bron: CBS/EIM.

Binnen het vervoer richt de functievervulling van het mkb zich voornamelijk op het personenvervoer (taxi- en tourwagenbedrijven), het goederenwegvervoer en de binnenvaart. De zeevaart, de reisbureaus, alsmede de havengebouwen (pakhuizen, vemen e.d.) behoren hoofdzakelijk tot de functie van het grootbedrijf.

Het bank- en verzekeringswezen, zakelijke diensten

Het betreft hier een van de belangrijkste dienstensectoren waar het mkb minder dan de helft van de werkgelegenheid voor zijn rekening neemt. Ook hier is de heterogeniteit groot en vervult het mkb uiteenlopende functies in vergelijking tot het grootbedrijf (zie tabel 2.12).

Tabel 2.12 Concentratie-indices voor werkgelegenheidsaandelen in de zakelijke diensten

Sectoren	mkb	gb
Bankwezen	.21	1.60
Verzekeringswezen	.86	1.11
Exploitatie en handel in onroerende goederen	2.02	.23
Zakelijke diensten ^{a)}	1.26	.81
Verhuur van machines en andere roerende goederen	1.72	.46
Totaal (percentages)	43	57

Bron: CBS/EIM.

a) Architectenbureaus, boekhoudbureaus, advocatenkantoren, ingenieursbureaus en dergelijke.

Binnen het bank- en verzekeringswezen en de zakelijke diensten vervult het mkb vooral een rol bij de exploitatie en handel in onroerende goederen (makelaardij), het verhuur van machines en dergelijke alsmede de zakelijke diensten. Het bankwezen is des grootbedrijfs. Hetzelfde geldt – hoewel in veel lichtere mate voor het verzekeringswezen, waar tot het mkb behorende tussenpersonen nog een belangrijke functie vervullen.

De overige dienstverlening (persoonlijke diensten)

Ten slotte de persoonlijke diensten, die de activiteiten omvat zoals vermeld in tabel 2.13.

Tabel 2.13 Concentratie-indices voor werkgelegenheidsaandelen in de overige dienstverlening

Sectoren	mkb	gb
Schoonmaakbedrijven	.57	1.49
Wasserijen, chemische reiniging en ververijen	1.49	.45
Kappersbedrijven en schoonheidsinstituten	1.89	-
Foto-ateliers	1.89	-
Totaal (percentages)	53	47

Bron: CBS/EIM.

Het mkb vervult binnen de persoonlijke diensten vooral een functie in de kappersbedrijven en de schoonheidsinstituten. Het overige deel van de diensten – en dit geldt met name de schoonmaakbedrijven – is steeds meer een grootschalig gebeuren aan het worden.

2.4.2 De afzetstructuur

Een alternatieve wijze om aan te geven welke functies het mkb vervult binnen de nationale economie behelst bestudering van de afzetstructuur. Zoals gebruikelijk in de economische analyse kan de afzet worden verdeeld naar een aantal bestemmingscategorieën; export, consumptie, in-

vesteringen en intermediaire leveringen. Door nu de mkb-afzet op deze wijze onder te verdelen en te vergelijken met een analoge opstelling van de sectorbedrijven c.q. het grootbedrijf komen de verschillen in functie-ervulling goed tot uitdrukking. Tabel 2.14 bevat informatie over de afzetstructuur; tevens is informatie over marktaandeelen toegevoegd.

Tabel 2.14 Afzetstructuur en marktaandeelen; mkb, gb en sector bedrijven, 1985

SBI	Omschrijving	Afzet (= 100)	Export	Afzetstructuur			Markt- aandeel mkb ^{a)}
				Consumptie	Investe- ringen	Inter- mediaire leveringen	
		mld.gld.		in % van afzet			%
2/3	Industrie	69,8	31	20	7	42	29
5	Bouwnijverheid- en installatiebedrijven	33,3	0	9	62	29	67
6	Handel, horeca, reparatie- bedrijven	70,2	12	60	7	21	77
61/62	Groothandel	37,8	22	33	13	32	73
65/66	Detailhandel	14,8	0	99	0	1	70
67	Horeca	10,1	0	89	0	11	90
68	Reparatiebedrijven	7,6	0	81	4	15	96
7	Vervoer	17,9	30	9	1	60	46
8,9	Zakelijke en overige diensten	35,3	2	37	7	54	61
	Totaal mkb	227	16	32	15	37	
	Totaal gb	307	58	10	5	27	
	Totaal mkb + gb (= particuliere bedrijven)	534	41	20	9	31	43 ^{b)}
	Totaal bedrijven	712	34	27	7	32	32

Bron: EIM.

a) Marktaandeelen van 1981; alleen de detailhandel 1983.

b) Marktaandeel in sectoren waarin het mkb participeert.

Aan de hand van tabel 2.14 laat zich een aantal interessante conclusies trekken. Allereerst valt op dat de afzet van de totale sectorbedrijven – met uitzondering van de categorie investeringen – vrij gelijkmatig verdeeld is over de onderscheiden afzetcategorieën. Veel onevenwichtiger is deze verdeling als gekeken wordt naar het totale particuliere bedrijf, exclusief landbouw. Het wegvallen van met name de landbouw heeft uiteraard gevolgen voor het aandeel van de consumptie in de afzet. De belangrijkste verschillen tussen de afzetstructuur van het mkb en die van het grootbedrijf blijken vooral te liggen in:

- de ondervertegenwoordiging van de export bij het mkb; het grootbedrijf is voor het grootste deel van zijn afzet afhankelijk van het buitenland;
- daar staat uiteraard tegenover dat het mkb voor vrijwel zijn gehele afzet afhankelijk is van binnenlandse bestedingen. De binnenlandse afzet van het mkb bestaat voor het belangrijkste deel uit intermediaire leveringen, op korte afstand gevolgd door de consumptieve bestedingen. Investeringsgoederen vormen voor het mkb naar verhouding een belangrijker afzetcategorie – althans op de binnenlandse markt – dan voor het grootbedrijf.

Binnen de sectoren van het mkb kijkend valt allereerst op dat de marktaandeelen variëren van naar verhouding gering in de industrie tot vrijwel volledig bij de reparatiebedrijven. Afgezien van de industrie en het vervoer heeft het mkb in alle onderscheiden sectoren een marktaandeel van rond de 60% of hoger.

Voor wat betreft de afzetstructuur kan worden vastgesteld dat:

- een drietal mkb-sectoren, de detailhandel, de horeca en de reparatie-

- bedrijven, een zeer eenzijdig samengestelde afzetstructuur kennen; de binnenlandse consumptie overheerst vrijwel volledig;
- de export, als afzetcategorie, alleen van betekenis is voor het mkb in de industrie, de groothandel en het vervoer;
 - de investeringen vooral van belang zijn voor de bouwnijverheid;
 - intermediaire leveringen voor een vrij groot aantal mkb-sectoren van belang zijn en wel voor de:
 - . industrie,
 - . bouwnijverheid,
 - . groothandel,
 - . vervoer,
 - . de zakelijke diensten.

Met name het vervoer en de zakelijke diensten zijn in hoge mate afhankelijk van intermediaire leveringen.

2.5 Kenmerken van de beroepsbevolking ⁶

Tot nu toe is de factor arbeid alleen ter sprake gekomen als onderdeel van de exploitatiestructuur (loonkosten), alsmede in relatie tot de toegevoegde waarde en arbeidsproductiviteit, waarbij het arbeidsvolume – gemeten in arbeidsjaren (full-time equivalenten) – een afgeleide vormt. De economische invalshoek overheerste derhalve. In deze paragraaf verschuift de aandacht meer naar het werkgelegenheidsaspect. Daarbij komen vragen aan de orde, zoals: hoeveel personen zijn betrokken bij de realisatie van het mkb-arbeidsvolume? Wat zijn de kenmerken van deze personen en in welk opzicht verschillen deze van de kenmerken van de beroepsbevolking in het grootbedrijf? De antwoorden op deze vragen zijn uiteindelijk van belang om te kunnen beoordelen wat de effecten zijn van het stimuleren van bepaalde sectoren op omvang en kwaliteit van de in het geding zijnde werkgelegenheid.

2.5.1 Van arbeidsvolume naar personen

Bekend mag worden verondersteld dat in de gangbare economische analyses de factor arbeid veelal benaderd wordt met het begrip arbeidsvolume. Dit arbeidsvolume wordt dan uitgedrukt in zogenaamde arbeidsjaren, welke zijn gedefinieerd als full-time banen. Dat wil zeggen dat onvolledige banen via een bepaalde verhouding worden herleid tot full-time equivalenten. Een en ander impliceert dat het arbeidsvolume als zodanig geen goed zicht geeft op het aantal personen dat daadwerkelijk is betrokken bij het productieproces. Dit bezwaar geldt te meer voor sectoren die veel part-time arbeid kennen. Met name vanuit de optiek van werkloosheidsbestrijding en creatie van werkgelegenheid is het van belang over kennis te beschikken met betrekking tot het productieproces betrokken aantal personen. Vandaar dat onlangs door het CPB – in navolging van het EIM ⁷ – de zogenaamde personen (P) – arbeidsvolume (A)-ratio is ontwikkeld (P/A-ratio). Voor 1985 schat het CPB de P/A-ratio voor de gehele economie op 1.13, hetgeen wil zeggen dat bij de realisatie van 100 arbeidsjaren gemiddeld 113 personen betrokken zijn. Tabel 2.15 bevat enige relevante informatie hieromtrent.

Uit tabel 2.15 blijkt dat in het particuliere bedrijf naar verhouding minder personen nodig zijn om 100 arbeidsjaren te realiseren (109 personen

⁶ De meeste informatie omtrent de kenmerken van de beroepsbevolking is ontleend aan C.G. van Ginneken, *Wie werken in het midden- en kleinbedrijf?* Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985.

⁷ *Arbeidsvolume en werkgelegenheid in het midden- en kleinbedrijf, 1960-1980*; door A. Bol, A. Nijsen, G. Regter, e.a.; Zoetermeer, 1960-1980, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1982.

Centraal Planbureau, *Centraal Economisch Plan 1986*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1986.

per 100 arbeidsjaren) dan in de economie als geheel (113 personen per 100 arbeidsjaren). De belangrijkste reden voor dit verschil wordt gevormd door de grote aantallen part-timers in de quartaire sector (denk bijv. aan de gezondheidszorg). Verder is opvallend dat de P/A-ratio van het mkb lager ligt dan voor het grootbedrijf. Dit heeft te maken met het voorkomen van zelfstandigen die vrijwel niet in deeltijd actief zijn.

De herleiding van arbeidsvolume via de P/A-ratio naar personen resulteert in een totale actieve beroepsbevolking van ruim 5 miljoen personen

Tabel 2.15 De P/A-ratio in het mkb en gb, 1985

	Arbeids- volume	P/A-ratio	Werkzame personen
	× 1000 arb.jr.	verhouding	x 1000 pers.
Particulier bedrijf, excl. landbouw, visserij	2732	1.09	2980
w.v. midden- en kleinbedrijf	1586	1.08	1709
grootbedrijf	1146	1.11	1271
Totaal sectorbedrijven	825	1.14	4335
Totaal incl. overheid e.d.	4506	1.13	5174

Bron: CPB/EIM.

Bijna 60% hiervan werkt in de particuliere sector, exclusief de landbouw. Het mkb verschaft werkgelegenheid aan ruim 1,7 miljoen personen, hetgeen circa 57% is van de particuliere werkgelegenheid en ongeveer een derde van de totale werkgelegenheid.

2.5.2 De sectorale structuur van de werkzame beroepsbevolking

De in het voorgaande behandelde P/A-ratio's leiden tot werkgelegenheidsgegevens op sectorniveau welke zijn uitgedrukt in termen van aantallen personen, die actief zijn in het productieproces, ongeacht hun arbeidsduur. Tabel 2.16 bevat de relevante informatie.

Tabel 2.16 Werkzame beroepsbevolking in het mkb en gb, 1985

SBI	Omschrijving	mkb		gb		
		× 1000	%	× 1000	%	
2/3	industrie	336	19,7	556	43,7	
5	bouw- en installatiebedrijven	233	3,6	77	6,1	
6	handel, horeca, reparatiebedrijven	724	42,3	226	17,8	
	61/62 groothandel		231	13,5	75	5,9
	65/66 detailhandel		326	19,0	133	10,5
	67 horeca		107	6,3	15	1,2
	68 reparatiebedrijven		60	3,5	3	0,2
7	vervoer	102	6,0	68	5,4	
8	banken, verzekeringswezen, zakelijke diensten ^{a)}	234	13,7	280	22,0	
9	overige dienstverlening	80	4,7	64	5,0	
	Totaal	1709	100	1271	100	

Bron: EIM.

a) Incl. bankwezen: mkb 9.000 personen; gb 109.000 personen.

Er zij op geattendeerd dat de gegevens in deze tabel niet geheel vergelijkbaar zijn met de voorgaande tabellen, met name tabel 2.4 arbeidsvolume, omdat tabel 2.16 ook het bankwezen omvat. Met name de werkgelegenheid in het grootbedrijf stijgt daardoor fors en wel met ruim 100.000 personen. Uiteraard blijft dit niet zonder gevolgen voor de sectorale verdeling van de grootschalige werkgelegenheid.

Terwijl uit de vergelijking van de sectorale verdeling van de productie met de sectorale verdeling van het arbeidsvolume de arbeidsintensieve bedrijfstakken en -klassen naar voren komen, presenteren zich uit de analoge vergelijking tussen arbeidsvolume en beroepsbevolking de 'persoonsintensieve' bedrijfstakken. Dit blijken zowel in het mkb als het grootbedrijf te zijn de detailhandel, de horeca, de zakelijke dienstverlening, alsmede de overige dienstverlening. In deze bedrijfstakken/-klassen zijn derhalve veel part-timers ingeschakeld bij het productieproces. De P/A-ratio ligt daar dan ook hoog en bedraagt voor de detailhandel en de horeca 1,36 en voor de overige dienstverlening zelfs 1,85.

2.5.3 De positie in het bedrijf

De beroepsbevolking kan worden onderverdeeld naar onafhankelijken (voor eigen rekening en risico opererende personen) en afhankelijkken (personen in loondienst). Een van de wezenskenmerken van het mkb betreft het belang van het persoonlijk ondernemerschap, dat niet alleen tot uiting komt middels de inbreng van kapitaal maar - en dat is kenmerkend - vooral door de inbreng van ondernemersarbeid. De omvang van deze arbeid is van substantieel belang voor het mkb. Bij het grootbedrijf komt alleen loonarbeid voor.

Tabel 2.17 toont een en ander.

Tabel 2.17 De positie in het bedrijf in het mkb. 1985

SBI	Omschrijving	Onafhankelijke beroepsbevolking		werknemers ^{a)}	
		zelfstandigen	gezinsleden × 1000		
2/3	industrie	27	7	302	(20)
5	bouw- en installatiebedrijven	29	4	199	(16)
6	handel, horeca, reparatiebedrijven	151	55	518	(42)
	61/62 groothandel		24	4	203 (16)
	65/66 detailhandel		86	36	204 (14)
	67 horeca		29	13	62 (2)
	68 reparatiebedrijven		11	2	47 (2)
7	vervoer	10	2	90	(6)
8	banken, verzekeringswezen, zakelijke diensten	40	4	198	(11)
9	overige dienstverlening	20	4	56	(2)
	Totaal mkb	276	76	1.363	(89)
	w.v. kleinbedrijf	256	76	488	

Bron: EIM.

a) Incl. directeuren NV/BV; de aantallen zijn tussen haakjes vermeld.

De mkb-beroepsbevolking bestaat voor bijna 80% uit werknemers (afhankelijke beroepsbevolking), terwijl het overige deel wordt gevormd door zelfstandigen en medewerkende gezinsleden. De onafhankelijke beroepsbevolking (zelfstandigen en hun meewerkende gezinsleden) is van wezenlijke betekenis in het kleinbedrijf (1-9 werkzame personen), waar zij ruim 40% van de totale beroepsbevolking uitmaakt. Voor een goed begrip is van belang op te merken dat het bij zelfstandigen gaat om personen die voor eigen rekening en risico een onderneming voeren, dat wil zeggen aan het hoofd staan van ondernemingen zonder rechtspersoonlijkheid (eenmanszaken, vennootschappen onder firma en maatschappen). Het op deze wijze uitgeoefende ondernemerschap komt vooral voor in de detailhandel (ruim 30% van alle zelfstandigen is detaillist). De medewerkende gezinsleden zijn in nog sterkere mate geconcentreerd in de detailhandel (bijna 50% van alle gezinsleden is daar actief). Ook bij medewerkende gezinsleden speelt de juridische conceptie een rol. Alleen personen die behoren tot het gezin van de eigenaar en *niet* op de loonlijst staan behoren tot deze categorie. Gezinsleden die op de loonlijst voorkomen en dus verzekerd zijn ingevolge de Ziektewet en dergelijke behoren tot de categorie werknemers. Het zal duidelijk zijn dat het

met name bij deze rechtsvorm om zeer kleine ondernemingen gaat. Slechts 33% van de eenmanszaken heeft personeel in dienst, waarvan maar een gering deel meer dan vijf personen.

Uiteraard is de eenmanszaak niet de enige rechtsvorm voor mkb-ondernemingen. Met name sedert 1972 toen ook voor kleinere ondernemingen de mogelijkheid werd opengesteld rechtspersoonlijkheid te verkrijgen heeft de besloten vennootschap een grote vlucht genomen. Het lijkt aannemelijk dat vooral zelfstandigen met naar verhouding grote aantallen personeelsleden toen en ook in de daarop volgende jaren hebben gekozen voor de besloten vennootschap als rechtsvorm voor hun onderneming. De ondernemers welke aan het hoofd van een rechtspersoonlijkheid bezittende ondernemingen staan hebben juridisch de status van werknemers. Hun aantallen zijn in tabel 2.17 dan ook tussen haakjes vermeld in de kolom werknemers. In totaal gaat het om bijna 90.000 directeuren, waarvan wordt aangenomen dat veruit het merendeel de status directeur-eigenaar heeft. Per saldo komt het aantal mkb-ondernemers aldus uit in de orde van grootte van 360.000 (het betreft hier echter een schatting met een vrij grote onzekerheid). Verlaagt men dit aantal nog met de in paragraaf 2.3.1 gesignaleerde marginale eenmanszaken (circa 50.000) dan bedraagt het aantal mkb-ondernemers met potenties voor de economische groei circa 310.000⁸.

2.5.4 Nevenactiviteiten en uitzendarbeid

De betekenis die personen toekennen aan hun participatie op de arbeidsmarkt kan onder meer worden afgeleid van informatie over het vervullen van de arbeid als hoofd- c.q. nevenactiviteit of het uitoefenen van arbeid als uitzendkracht. Zo zijn personen die werken beschouwen als bijverdienste naast een studie of het werk in eigen huishouding waarschijnlijk veel minder bij het bedrijfsgebeuren betrokken dan degenen die betaalde arbeid als hoofdactiviteit beschouwen. Op dit punt zijn er interessante verschillen tussen het mkb en het grootbedrijf.

In tabel 2.18 zijn de concentratiecoëfficiënten voor de kenmerken 'arbeid als nevenactiviteit' en 'arbeid als uitzendkracht' opgenomen. De eerste kolom van deze tabel geeft het absolute aandeel (of absolute getal) voor alle werknemers in het particuliere bedrijfsleven als geheel weer. Als de coëfficiënt in de daaropvolgende kolommen groter is dan 1, dan is het desbetreffende kenmerk in het desbetreffende onderdeel van het bedrijfsleven oververtegenwoordigd ten opzichte van het bedrijfsleven als geheel. Het omgekeerde geldt als de coëfficiënt kleiner is dan 1.

Tabel 2.18 Concentratiecoëfficiënten voor de kenmerken nevenactiviteit en uitzendarbeid; werknemers

kenmerk	totaal particulier in %	mkb	gb	industrie	bouw	handel e.d.	transport	zakelijke diensten	overige diensten
nevenactiviteit	2,9	1,1	0,83	0,48	0,21	1,69	0,41	0,79	3,79
uitzendkracht	1	0,6	1,2	1,1	0,7	0,7	0,8	1,2	1,6

Bron: C.G. van Ginneken: *Wie werken in het midden- en kleinbedrijf?* EIM, 1985

Uit tabel 2.18 is af te lezen dat 2,9% van alle werknemers in het particulier bedrijf – ruim 75.000 personen – hun arbeid als nevenactiviteit beschouwen. Bij het mkb komt werken als nevenactiviteit vaker voor dan bij het grootbedrijf. Dit verschil wordt echter voor een groot deel verklaard door uiteenlopende sectorstructuren, waarbij voor het mkb van invloed is het grote aandeel van de sector handel en gelijk waar 4,9% van de werknemers zijn arbeid als nevenactiviteit beschouwd. Dit percentage ligt overigens nog veel hoger in de sector overige diensten waar bijna 11%

⁸ Dit aantal spoort niet geheel met het eerder (zie gegevens par. 2.3.1) aangegeven aantal mkb-ondernemingen met potenties voor de economische groei. Dit soort verschillen geeft aan dat het slechts om globale ramingen gaat, die echter wel een goede indruk geven van de orde van grootte.

werkt in nevenactiviteit. Vermeldenswaard is nog dat ruim 17% van de in het mkb werkende gezinsleden en bijna 4% van de zelfstandigen hun arbeid beschouwen als nevenactiviteit. Zelfstandig ondernemerschap als nevenactiviteit komt vooral voor in de zakelijke diensten – 7,5% van de daar werkende zelfstandigen – en de overige diensten (8,8%).

Uitzendkrachten worden vooral aangetroffen bij het grootbedrijf. Dit verschil tussen mbk en grootbedrijf wordt niet veroorzaakt door de sectorstructuur doch betreft een autonoom grootteklassesverschil.

2.5.5 *Persoons- en bedrijfsgebonden kenmerken*

Verschillen in de verdeling van persoons- en bedrijfsgebonden kenmerken geven inzicht in de wijze waarop de arbeidsmarkt personen verdeelt over kleine en grote bedrijven. Uiteraard is daarbij zowel sprake van gedragsdeterminanten aan de aanbod- als de vraagzijde. Hoewel op dit terrein een schat aan informatie beschikbaar is – zie het eerder aangehaalde werk van Van Ginneken – wordt hier volstaan met het weergeven van enkele hoofdlijnen.

Voor wat betreft de *persoonskenmerken* blijkt dat in het mkb meer vrouwen actief zijn dan in het grootbedrijf. Een zelfde constatering geldt voor de categorie jeugdigen (jonger dan 23 jaar). Onder de werkenden die jonger zijn dan 30 jaar zijn vrouwen veel sterker vertegenwoordigd dan onder de werkzame beroepsbevolking als geheel. De concentratie van vrouwen en de concentratie van jongeren in het mkb hangen derhalve met elkaar samen.

In het mkb zijn meer mensen werkzaam die een opleiding op uitgebreid lager niveau (lbo en mavo) hebben genoten dan in het grootbedrijf. Het omgekeerde geldt voor mensen met een opleiding op semi-hoger of hoger niveau (hbo of universiteit). Het gemiddelde opleidingsniveau in het grootbedrijf is dan ook hoger dan in het mkb. Werkende vrouwen en jongeren (16-25 jaar) zijn oververtegenwoordigd onder degenen met een uitgebreid lager opleidingsniveau. Het verschil in opleidingsniveau tussen het mkb en het grootbedrijf wordt dus mede beïnvloed doordat er in het mkb meer vrouwen en jeugdigen werken. In kleine bedrijven wordt een groter beroep gedaan op ambachtelijke werkzaamheden, waarvoor mensen op uitgebreid lager niveau nodig zijn. In grote bedrijven wordt meer gebruik gemaakt van vakspecialisten en onderzoekers, mensen op minimaal hbo-niveau.

Hoewel de in het mkb werkzame personen gemiddeld lager zijn opgeleid dan degenen in het grootbedrijf, werken er toch iets meer mensen die beroepsgericht onderwijs hebben genoten. In het mkb heeft men veelal beroepsgericht onderwijs op lbo-niveau genoten tegen in het grootbedrijf veelal algemeen vormend onderwijs op mavo-, havo- en vwo-niveau. Het mkb is kennelijk het meest gebaat bij mensen die een beroepsgerichte scholing achter de rug hebben of deze in het kader van het leerlingwezen volgen. Het grootbedrijf kan blijkbaar goed uit de voeten met algemeen opgeleide mensen, opdat men zelf voor een bedrijfsspecifieke opleiding kan zorgen.

Met betrekking tot de kenmerken die meer *bedrijfs-* dan *persoonsgebonden* zijn valt allereerst op dat de functiestructuur in het mkb meer gepolariseerd is dan die in het grootbedrijf. Het aandeel der middelbaar functies is in het mkb veel lager dan in het grootbedrijf. De lage functies in kleine bedrijven hebben vaker betrekking op geschoolde werkzaamheden dan in grote bedrijven. In het grootbedrijf komt op de lage functie-niveaus vrij veel ongeschoolde arbeid voor. Dit is een aanwijzing dat de werkzaamheden in het mkb een minder routinematig en meer ambachtelijk karakter hebben dan in het grootbedrijf. Mede als gevolg van de specifieke sectorstructuur is in het mkb meer commercieel en dienstverlenend personeel werkzaam dan in het grootbedrijf. Verder heeft het mkb meer industrieel en aanverwant personeel in dienst dan het grootbedrijf, ondanks een sectorstructuur die minder op industriële werkzaamheden is toegespitst dan de sectorstructuur van het grootbedrijf.

Naarmate de bedrijfsomvang toeneemt, loopt het aantal personeelsleden met een beroep dat direct bijdraagt aan het kernproductieproces van de onderneming terug. Met andere woorden, het grootbedrijf kent meer ondersteunende functies dan het mkb. De mobiliteit in het mkb is relatief groot, ook als rekening wordt gehouden met verschillen in leeftijd en sectorstructuur. Een deel van het verschil kan worden verklaard door het grotere aandeel vrouwen in het mkb (kortere dienstverbanden als gevolg van loopbaanonderbreking). Maar waarschijnlijk doet zich hier vooral het verschil in doorstroommogelijkheden binnen het bedrijf gevoelen. Kleine bedrijven beschikken, in tegenstelling tot grote bedrijven, in veel mindere mate over een interne arbeidsmarkt.

2.6 Kwaliteit van de arbeid ⁹

2.6.1 *Het begrip kwaliteit van de arbeid*

Beroepsarbeid vervult voor degene die deze arbeid verrichten meerdere functies. Naast de materiële opbrengsten ontlene de meeste mensen een aantal immateriële opbrengsten aan hun arbeid. Deze immateriële opbrengsten bestaan onder andere uit de bevrediging die voortkomt uit de arbeid zelf (de taakinhoud), een gevoel van eigenwaarde en sociaal prestige, het gevoel maatschappelijk nuttig bezig te zijn, en de mogelijkheden tot zelfontplooiing, tot participatie in de besluitvorming, tot tijdstructurering en tot sociale contacten. Het geheel van materiële en immateriële voor- en nadelen die aan betaalde arbeid zijn verbonden, wordt in het algemeen samengevat in het begrip kwaliteit van de arbeid. Meestal worden een viertal dimensies onderscheiden aan de kwaliteit van de arbeid:

- arbeidsinhoud (het geheel van werkaspecten dat als intrinsieke beloning wordt beschouwd);
- arbeidsvoorwaarden (het geheel van aspecten dat als extrinsieke beloning wordt beschouwd);
- arbeidsomstandigheden (het geheel van fysieke en psychische werkomstandigheden; soms aangeduid met inconveniënten);
- arbeidsverhoudingen (het geheel van sociale aspecten dat verbonden is aan het werken).

Een objectieve meting van het niveau van de kwaliteit van de arbeid is niet mogelijk, omdat waarden en normen bij deze meting een grote rol spelen. De inhoud van het begrip kwaliteit van de arbeid is derhalve aan tijd en plaats gebonden. Bovendien zijn de vier bovengenoemde dimensies moeilijk te operationaliseren, wellicht met uitzondering van de arbeidsvoorwaarden. Voor de andere dimensies van de kwaliteit van de arbeid zijn we aangewezen op indirecte indicatoren. Dit kunnen subjectieve meningen van de bezetters van de arbeidsplaatsen zijn, zoals de mate waarin men tevreden is met het werk, de mate waarin men autonomie ervaart of hoe hoog men de eigen promotiekansen inschat.

De subjectieve meting, waarvan ook in dit onderzoek gebruik gemaakt is, zorgt voor een extra probleem. In de meting van de kwaliteit van de arbeidsplaats sluipen nu de verwachtingen die de bezetter van de arbeidsplaats heeft ten aanzien van zijn betaalde arbeid.

Van Hoof meent dat de term kwaliteit van de arbeid daardoor twee betekenissen krijgt ¹⁰. In de eerste betekenis wordt gesproken van hogere of betere kwaliteit naarmate de arbeidssituatie een beroep doet op hoger

⁹ De inhoud van deze paragraaf is ontleend aan een in opdracht van de WRR uitgevoerd onderzoek inzake de kwaliteit van de arbeid in het mkb, C.G. van Ginneken, *Kwaliteit van de arbeid in groot en klein*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986.

¹⁰ J.A.P. van Hoof, "Kwaliteit van de arbeid; een nieuwe combinatie van doelmatigheid en legitimiteit"; in *Kwaliteit van de arbeid, een sociologische verkenning*; verslag van de Bedrijfssociologische Studiedagen 1978, onder redactie van J.J.J. van Dijk, J.A.P. van Hoof, A.L. Mok e.a., Leiden/Antwerpen, Stenfert kroese, 1980, blz. 246

gewaardeerde kenmerken van de werkenden. In de tweede betekenis wordt gesproken van een hogere of betere kwaliteit naarmate de arbeidssituatie meer in overeenstemming is met de kenmerken en verwachtingen van de werkenden.

In dit bestek zullen we trachten het begrip kwaliteit van de arbeid te gebruiken volgens de eerste betekenis.

2.6.2 Evaluatie

In onderstaand schema zijn de conclusies uit het betreffende onderzoek samengevat. Een aspect van de kwaliteit van de arbeid heeft in de kolom van de kleinschalige sectoren een plus gekregen indien het betreffende aspect in deze sectoren relatief meer bijdraagt aan het kwalitatieve niveau van het werk dan in de grootschalige sectoren ¹¹. Bij 'betrokkenheid' betekent een plus méér betrokkenheid – en dus een positieve invloed op het kwaliteitsniveau – dan in de andere sectoren. Bij 'lawaai en stank' betekent een plus echter minder lawaai en stank – en dus een minder negatieve invloed op het kwaliteitsniveau – dan in andere sectoren. Een min duidt op een relatief kleinere bijdrage aan het kwaliteitsniveau. Een nul betekent dat er met betrekking tot dat aspect geen verschil tussen klein- en grootschalige sectoren bestaat.

Schema 2.1 Vergelijking kwaliteit van de arbeid tussen klein- en grootschalige sectoren

Aspecten van de kwaliteit van de arbeid	Kleinschalige sectoren	Grootschalige sectoren
Arbeidsinhoud		
- Niveau van het werk	-	+
- Aansluiting op de bekwaamheden	0	0
- Mate van afwisseling	+	-
- Promotie- en opleidingsmogelijkheden	-	+
- Ontplooiingsmogelijkheden	0	+
- Betrokkenheid	+	-
- Autonomie	+	-
- Interesse in werk	+	-
Arbeidsvoorwaarden		
- Beloning	-	+
- Secundaire arbeidsvoorwaarden	-	+
- Arbeidsduur	0	0
- Werkzekerheid	0	+
Arbeidsomstandigheden		
- Ploegendienst	+	-
- Lawaai en stank	+	-
- Vuil werk	-	+
- Beschikbaarheid hulpmiddelen	-	+
- Werkdruk	-	+
- Lichamelijk zwaar werk	-	+
- Gevaarlijk werk	-	+
Arbeidsverhoudingen		
- Mate van inspraak	-	+
- Contact met bedrijfsleiding	+	-
- Onderlinge relaties	+	-
Algemene satisfactie	+	-

Bron: C.G. van Ginneken, *Kwaliteit van de arbeid in groot en klein*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, 1986.

Per onderwerp gerangschikt kunnen we de volgende algemene conclusies trekken:

Arbeidsinhoud

Op basis van het leefsituatie-onderzoek (LO) van het CBS kunnen we stellen dat kleine bedrijven ten aanzien van de dimensie arbeidsinhoud

¹¹ Zie voor een uitvoerige toelichting op de begrippen klein- en grootschalig de eerder genoemde studie van Van Ginneken.

enigszins hoger gekwalificeerde arbeidsplaatsen bieden dan grote. In kleine bedrijven is het werk veel minder eentonig. Daar staat een slechts iets hoger geachte kans op promotie in grote bedrijven tegenover. De bevindingen uit het LO kunnen op basis van ander onderzoek en op basis van de literatuur aangevuld worden. Ten gunste van grote bedrijven spreekt dat er meer wordt gedaan aan interne opleidingen. Ten gunste van de kleine spreekt dat er minder onderbenutting van kennis en ervaring lijkt te zijn; de indicaties hieromtrent zijn echter niet geheel eenduidig. Verder geldt voor de kleine bedrijven, dat werknemers autonomer kunnen handelen, dat ze zich meer bij het eindproduct betrokken voelen en dat ze het werk interessanter vinden. Arbeidsinhoudelijk lijkt het werken in een kleine onderneming derhalve aantrekkelijker.

Arbeidsvoorwaarden

Uit het LO blijkt dat er een lichte neiging is tot minder tevredenheid over het ontvangen loon naarmate de bedrijfsomvang toeneemt. De werkzekerheid in grote bedrijven is hoger dan in kleine. Andere bronnen moeten te hulp komen om ten aanzien van de dimensie arbeidsvoorwaarden meer duidelijkheid te verschaffen. Dan blijkt dat de lonen voor vergelijkbare groepen werknemers in het grootbedrijf boven die in het mkb liggen. Tevens zijn de secundaire arbeidsvoorwaarden in het grootbedrijf beter dan in het mkb. Wat betreft de gemiddelde arbeidsduur van een full-time werknemer zijn de verschillen tussen grootbedrijf en mkb miniem. Wat betreft de arbeidsvoorwaarden lijkt het werken in een grote onderneming derhalve aantrekkelijker.

Arbeidsomstandigheden

Zowel uit het LO als uit andere bronnen lijkt dat er in grote bedrijven meer in ploegendienst en/of onregelmatige dienst wordt gewerkt dan in kleine. In grote bedrijven ondervinden werknemers vaker last van lawaai en stank en in kleine bedrijven wordt vaker vuil werk verricht. In kleine bedrijven is er verder sprake van een hogere werkdruk, meer lichamelijk zwaar werk en meer gevaarlijk werk. Dat er in het grootbedrijf minder vuil, zwaar en gevaarlijk werk voorkomt hangt ongetwijfeld samen met de beschikbaarheid van hulpmiddelen en machines. Dit is terug te vinden in de literatuur. Per saldo lijkt het werken in grote ondernemingen wat betreft de werkomstandigheden aantrekkelijker met uitzondering van de punten ploegendienst, lawaai en stank.

Arbeidsverhoudingen en satisfactie

In het LO zijn geen vragen opgenomen die licht kunnen werpen op de dimensie arbeidsverhoudingen. Op basis van andere bronnen kan geconcludeerd worden dat er in kleine bedrijven minder formele inspraak is dan in grote. Daar staan een beter contact met de bedrijfsleiding en een gezelliger onderlinge sfeer tegenover. Kleine bedrijven lijken op het gebied van de arbeidsverhoudingen al met al betere arbeidsplaatsen te bieden dan grote bedrijven. Deze dimensie van de kwaliteit van de arbeid lijkt erg belangrijk als we de in het LO gemeten mate van plezier in het werk als maatstaf voor algemene tevredenheid met werk nemen. De arbeidsomstandigheden en de arbeidsvoorwaarden zijn in kleine bedrijven immers minder goed dan in grote en alleen de arbeidsinhoud is er beter. Toch is de in het LO gemeten arbeidsinhoud in kleinschalige sectoren hoger dan in grootschalige. We moeten wel de kanttekening plaatsen dat plezier in het werk of arbeidssatisfactie, meer nog dan andere symptomen van de kwaliteit van de arbeid, bij meting sterk onder invloed staan van de kenmerken en verwachtingen van de ondervraagde personen. Vooral zelfstandige onder-

nemers, een in het mkb omvangrijke categorie, kennen veel plezier in hun werk. Dissatisfactie of ontevredenheid kan tot diverse reacties leiden. Mogelijke reacties zijn een verhoogd ziekteverzuim en verloop. Het lijkt erop dat de drempel tot verzuim in grote bedrijven lager is dan in kleine bedrijven: het omgekeerde lijkt te gelden voor de verloopdrempel. In kleine bedrijven kan men bij ontevredenheid weinig anders doen dan omzien naar een baan buiten het huidige bedrijf, terwijl er in grote ondernemingen nog allerlei overplaatsingen en dergelijke mogelijk zijn.

Een eindoordeel over 'de' kwaliteit van de arbeid is moeilijk te geven. Niet alleen de betrokkenen, maar ook degenen die zich als professioneel waarnemer opstellen zullen immers eigen gewichten toekennen aan de verschillende dimensies van de kwaliteit van de arbeid. Binnen de dimensies zelf zijn weer niet alle aspecten voor een ieder van even groot belang.

2.7 Samenvatting en conclusie

Tot het midden- en kleinbedrijf (mkb) worden gerekend *particuliere ondernemingen* met winstoogmerk met ten hoogste 99 werkzame personen. Een uitzondering hierop vormt de landbouwsector welke om institutionele redenen niet tot het mkb wordt gerekend. Gelet op het geringe aantal grote ondernemingen betekent dit dat vrijwel alle particuliere ondernemingen tot het mkb behoren. Een dergelijke zienswijze leidt echter licht tot een overschatting van de betekenis van het mkb. Een betere indicator hiervoor vormt het aandeel in de *productie*. Het mkb realiseert een kleine 30% van de productie van de sector bedrijven; een belangrijk deel van deze productie komt tot stand in de industrie – alsmede de groot- en detailhandel. Een opvallend en tevens typerend kenmerk van de sectorale opbouw van de mkb-productie is de vrij evenwichtige spreiding over de grote sectoren van de economie (industrie, bouw, handel en diensten). De productiestructuur van het grootbedrijf daarentegen wordt naar verhouding sterk overheerst door de industrie.

De *arbeidsproductiviteit* blijft in het mkb in het algemeen sterk achter bij die in het grootbedrijf; de bouw, groothandel en zakelijke diensten uitgezonderd. Per eenheid produkt is in het mkb meer arbeid nodig dan in het grootbedrijf; het productieproces in het mkb is dus arbeidsintensiever. Dit leidt er dan ook toe dat het mkb-aandeel in het arbeidsvolume van het particuliere bedrijf aanzienlijk hoger ligt dan het mkb-aandeel in de particuliere productie (60% ten opzichte van 50%).

Een aantal belangrijke kenmerken van het mkb – de gerichtheid op de handelsfuncties en het arbeidsintensieve karakter van het productieproces – zijn terug te vinden in de exploitatiestructuur. Bijna de helft van de mkb-omzet wordt gevormd door de *inkoopwaarde van de handelsomzet*. Daar staat tegenover dat de verbruikskosten, met name van energie en uitbesteed werk, aanzienlijk lager zijn dan bij het grootbedrijf. Het arbeidsintensieve karakter van het mkb blijkt uit het grote aandeel van de *arbeidskosten* in de toegevoegde waarde; het gewaardeerd loon voor de arbeidsinzet van de zelfstandigen en hun gezinsleden is daarbij inbegrepen.

De *functies* die het mkb vervult binnen de economie kunnen worden afgeleid uit de sector- en afzetstructuur. Het mkb heeft marktaandelen van 60% of hoger in de bouwnijverheid, de groothandel, de detailhandel, de horeca, de reparatiebedrijven alsmede de zakelijke en overige dienstverlening. Voor zijn afzet is het mkb vrijwel geheel aangewezen op de binnenlandse markt; de industrie, groothandel en het vervoer uitgezonderd die een belangrijk deel van hun afzet exporteren. De detailhandel, horeca en reparatiebedrijven richten zich vrijwel uitsluitend of hoofdzakelijk op de consumptieve bestedingen. De bouwnijverheid levert in belangrijke mate investeringsgoederen, terwijl intermediaire leveranties – met uitzondering van de detailhandel – in alle onderdelen van het mkb een rol van betekenis spelen. Het vervoer en de zakelijke diensten realiseren zelfs meer dan de helft van hun binnenlandse afzet in de vorm van intermediaire leveranties ('business-to-business services').

In het mkb als totaliteit zijn naar verhouding minder personen betrokken bij de realisatie van 100 arbeidsvolume-eenheden (volledige banen) dan in het grootbedrijf. Een verklaring hiervoor is het geringe aantal zelfstandigen dat in deeltijd actief is. Dit neemt niet weg dat het mkb sterk is vertegenwoordigd in 'persoonsintensieve' bedrijfsklassen (= veel deeltijd) als de detailhandel, de horeca alsmede de zakelijke dienstverlening. Al met al verschaft het mkb *werkgelegenheid* aan 1,7 miljoen personen.

Typerend voor de werkgelegenheid in het mkb is het grote aandeel van de *onafhankelijke beroepsbevolking*. Terwijl in het grootbedrijf vrijwel uitsluitend loonarbeid voorkomt, bestaat 20% van de mkb-beroepsbevolking uit zelfstandigen en hun medewerkende gezinsleden; in het kleinbedrijf is dit aandeel zelfs tweemaal zo hoog. Indien ook de bv-directeuren, die juridisch gezien de status van werknemer hebben, in de beschouwing worden betrokken dan komt het aantal mkb-ondernemers - na correctie voor marginale ondernemers - op ruim 300.000.

De eerder besproken functies van het mkb vinden hun afspiegeling in de *mkb-beroepsbevolking*, waarbij arbeidsmarktmechanismen met gedragsdeterminanten aan zowel de aanbod- als aan de vraagzijde een rol spelen. Zo verschaft het mkb - ook indien wordt gecorrigeerd voor verschillen in sectorstructuur - naar verhouding meer werk aan jeugdigen en vrouwen dan het grootbedrijf. De concentraties van jeugdigen en vrouwen hangen overigens met elkaar samen. Dat het opleidingsniveau van de werkenden in het mkb in het algemeen lager ligt dan in het grootbedrijf heeft eveneens te maken met de oververtegenwoordiging van jongeren en vrouwen. Hiermee wordt ingespeeld op de behoeften van kleine bedrijven die een groter beroep doen op ambachtelijke werkzaamheden, waarvoor veelal mensen op lbo-niveau nodig zijn. In grote bedrijven daarentegen wordt meer gebruik gemaakt van vakspecialisten en onderzoekers, mensen op minimaal hbo-niveau. In het algemeen gesproken kent het mkb naar verhouding veel mensen met een beroepsgerichte opleiding op het uitgebreid lager niveau, terwijl in het grootbedrijf algemeen gevormde mensen op middelbaar niveau sterker vertegenwoordigd zijn. Het grootbedrijf draagt zelf vaak zorg voor bedrijfsspecifieke bekwaming door eigen bedrijfsopleidingen. Het mkb is hiervoor aangewezen op het leerlingwezen. Het mkb kent naar verhouding veel lage functies - meer dan het grootbedrijf. Deze functies hebben overigens vaker betrekking op geschoolde arbeid; in het grootbedrijf komt op lagere niveaus vrij veel ongeschoolde arbeid voor. Vooral als gevolg van de sectorstructuur is in het mkb meer commercieel en dienstverlenend personeel werkzaam dan in het grootbedrijf. Naarmate de bedrijfsomvang toeneemt groeit het aantal personen met ondersteunende functies; het mkb kent derhalve meer direct bij het eigenlijk productieproces betrokken personeel. Mede als gevolg van het voorkomen van veel jeugdigen en vrouwen is de mobiliteit in het mkb groot. Het - in tegenstelling tot het grootbedrijf - ontbreken van een interne arbeidsmarkt speelt hierbij ongetwijfeld ook een rol.

Hoewel een eenduidig eindoordeel over 'de' *kwaliteit van de arbeid* moeilijk is te geven, zijn er een aantal globale indicaties te onderkennen. Qua arbeidsinhoud lijkt het werken in kleine ondernemingen aantrekkelijker, hoofdzakelijk vanwege een grotere betrokkenheid bij het eindproduct en een grotere autonomie. De arbeidsvoorwaarden daarentegen scoren in het grootbedrijf in het algemeen beter. Hetzelfde geldt voor de arbeidsomstandigheden welke als gevolg van een grotere beschikbaarheid van hulpmiddelen en machines bij het grootbedrijf gunstiger lijken dan in de kleinere ondernemingen. De indicaties omtrent arbeidsverhoudingen daarentegen neigen naar een positiever beeld voor het kleinbedrijf, met name vanwege een beter contact met de bedrijfsleiding en een gezelliger onderlinge sfeer. Afsluitend is nog vermeldenswaard dat de arbeidssatisfactie (plezier in het werk) bij kleine bedrijven groter is dan bij het grootbedrijf; met name zelfstandige ondernemers kennen veel plezier in hun werk.

Concluderend kan worden gesteld dat mkb-sectoren in het algemeen gekenmerkt worden door een lagere arbeidsproductiviteit en dus arbeid-sintensiever zijn dan het grootbedrijf. Dit impliceert tevens dat in het mkb-productieproces minder energie wordt verbruikt dan in het grootbedrijf. De mkb-productie is hoofdzakelijk gericht op de binnenlandse markt. Intermediaire leveranties spelen daarbij een grote rol, naast consumptieve bestedingen. De mkb-beroepsbevolking, die meer dan de helft vormt van de particuliere werkgelegenheid, wordt gekenmerkt door een groot aantal zelfstandige ondernemers, jeugdigen en vrouwen. Het gemiddelde opleidingsniveau is naar verhouding laag en beroepsgericht. De kwaliteit van de arbeid kan – zeker als wordt gelet op intrinsieke aspecten van het werk – als relatief gunstig worden beschouwd. Bij de besluitvorming omtrent een eventueel stimulerend beleid gericht op het mkb zal met deze kenmerken rekening moeten worden gehouden. Te meer omdat een aantal beleidsrelevante categorieën in het geding zijn. Zelfstandige ondernemers kunnen bijdragen aan vernieuwing van het economisch proces; jeugdigen doen veelal hun eerste arbeidservaring op in het mkb, terwijl aan de toenemende arbeidsparticipatie van vrouwen tegemoet kan worden gekomen door het aanbieden van mkb-arbeidsplaatsen.

De industrie

Drs. A.F.M. Nijssen

3. DE INDUSTRIE

3.1 Inleiding

Het centrale thema van dit hoofdstuk is de rol van het midden- en kleinbedrijf in de industrie. Antwoord zal moeten worden gegeven op de vraag wat het industriële midden- en kleinbedrijf kan bijdragen aan de economische groei en de werkgelegenheid. Ook zal worden nagegaan of de huidige situatie aanleiding geeft tot knelpunten. Tevens zal een eerste aanzet tot beleidsaanbevelingen worden gegeven gericht op vergroting van de bijdrage van het industriële midden- en kleinbedrijf aan de groei van de economie en de werkgelegenheid.

Eerst wordt een overzicht gegeven van het denken over de industrie en industriële processen, zoals zich dat na de Tweede Wereldoorlog heeft ontwikkeld (par. 3.2). Vervolgens zal aandacht worden besteed aan de betekenis van de industrie binnen de nationale economie, waarbij wordt gelet op de bijdrage aan de productie, de werkgelegenheid, de export en de rol van het midden- en kleinbedrijf daarin. Ook zal worden ingegaan op ontwikkelingen in het verleden, alsmede op verwachte perspectievolle ontwikkelingen (par. 3.3). De aandacht zal verder worden toegespitst op de export (par. 3.4). De complementariteit van klein en groot zal nader worden uitgewerkt aan de hand van toelevering, innovatie en informatienetwerken (par. 3.5). Het hoofdstuk wordt afgesloten met een samenvatting en enkele conclusies (par. 3.6).

3.2 Een nieuw industrieel elan

Het denken over de industrie en industriële processen is in de tweede helft van de jaren zeventig in een stroomversnelling geraakt. Belangrijke oorzaken hiervoor vormden de twee oliecrises, met hun wereldwijde repercussies, de bijgevolg stagnerende economische groei, zich manifesterend in dalingen van het nationaal inkomen en de sterk toenemende werkloosheid als gevolg van een tekort aan arbeidsplaatsen bij een overvloedig arbeidsaanbod.

Met name de tweede oliecrisis (1979) lijkt een afsluiting te vormen van een periode waarin negatieve waardenoriëntaties met betrekking tot de industrie overheersten. Ter verduidelijking moeten we wat verder terug in de historie.

Na de Tweede Wereldoorlog verkeerde ons land, evenals vele andere landen, in een deplorabele toestand. Veel van het productiepotentieel was vernietigd of verouderd. De wederopbouw werd, onder meer met de Marshall-hulp, krachtig ter hand genomen en kreeg vooral gestalte via industrialisatie. De industrialisatie heeft zich in Nederland goeddeels na de Tweede Wereldoorlog voltrokken¹. Zowel voor, als onmiddellijk na de Tweede Wereldoorlog vond ruim 35% van de beroepsbevolking werk in de nijverheid (delfstoffenwinning, industrie plus bouw). Onder invloed van het reeds genoemde wederopbouwbeleid gericht op industrialisatie liep dit percentage op tot 42% in 1965. Daarmee was tevens het historische hoogtepunt van de industriële werkgelegenheid bereikt. Na 1965 en met name vanaf 1975 daalde de directe betekenis van de industrie voor de werkgelegenheid snel; in 1985 vond nog slechts 27% van

¹ WRR, *Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie*; Rapport aan de Regering nr. 18; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1980, blz. 22.

de beroepsbevolking werk in de nijverheid ². Na 1965 zijn er ruim 400.000 industriële arbeidsplaatsen verdwenen.

De oorzaken van deze de-industrialisatie, althans in termen van werkgelegenheid, zijn velerlei. In dit verband worden genoemd ³:

- de sterke stijging van de loonkosten (de geleide loonpolitiek was sedert 1964 losgelaten);
- de versnelling van de structurele produktiviteit;
- een achterblijvende vraag, met name bij de investeringen, de materiële overheidsbestedingen en de export.

Daarnaast speelde ook de naar verhouding starre aanbodstructuur van de Nederlandse industrie een rol, welke sterk inelastisch was ten opzichte van zich internationaal aftekenende veranderingen in de vraag. Met name in de traditionele onderdelen van de industrie hebben de genoemde factoren een grote rol gespeeld. De meeste arbeidsplaatsen (ruim 40%) zijn verloren gegaan in de textiel-, kleding- en schoenenindustrie. De hoogte van de loonkosten in combinatie met de sterke positie van de gulden hebben met name voor deze bedrijfsklasse geleid tot een scherpe daling van de export. Op deze ontwikkeling werd onvoldoende ingespeeld, hetgeen blijkt uit een te lage investeringsquote waardoor nieuwe technologische ontwikkelingen achterwege bleven. De enige nog groeiende afzetcategorie, de consumptieve bestedingen, vond een uitweg in een sterk toenemende import. Een andere sector waar een gevoelig verlies aan arbeidsplaatsen (60.000 arbeidsplaatsen) moest worden geïncasseerd is de metaalproductenindustrie. Hier hebben vooral arbeidsbesparende investeringen als gevolg van technologische ontwikkelingen en de hoge loonkosten geleid tot uitstoot van arbeid. Evenzo was dit het geval bij de voedings- en genotmiddelensector, waar eveneens ongeveer 60.000 arbeidsplaatsen verloren gingen. Ten slotte betekenden de ontwikkelingen bij de bouwmaterialenindustrie en met name de houtindustrie een forse klap voor de werkgelegenheid (-70.000 arbeidsplaatsen). De in omvang sterk teruggelopen bouwproductie werkte hierin ongetwijfeld sterk door.

Deze negatieve industriële ontwikkelingen vonden plaats in een tijd van grote sociaal-culturele veranderingen. De tweede helft van de zestiger jaren worden gekenmerkt door veranderende waardenoriëntaties met betrekking tot onder meer democratisering en macht (provo en flower power), arbeidsethos, economische groei en milieu (de Club van Rome), de maakbaarheid van de samenleving en de rol van de overheid daarbij. De samenvallende processen van de-industrialisatie en de gesignaleerde veranderingen in waardenoriëntaties hebben elkaar versterkt. Zo vertoonde onder meer het industriële apparaat, dat tot stand was gebracht bij de wederopbouw, een aantal typerende kenmerken welke door een deel van de jeugd, met name studenten aan de universiteiten, sterk werden afgewezen. De Nederlandse industrie is en was, althans naar Nederlandse verhoudingen, grootschalig; in 1965 werd ruim 60% van de industriële arbeidsplaatsen aangetroffen in het grootbedrijf. Grootschaligheid en macht vormen een begrippenpaar dat gemakkelijk wordt ervaren als strijdig of op zijn minst op gespannen voet levend met democratiseringsgedachten. Een ander negatief aspect van de industriële productie waar men zich steeds meer rekenschap van ging geven betrof de aantasting van het milieu. De uit de wederopbouw resulterende produktiestructuur was – als gevolg van de beschikbaarheid van relatief goedkope energie – zodanig milieubelastend dat Nederland ten opzichte van zijn handelspartners een onevenredig deel van de milieulasten voor zijn rekening had genomen ⁴. Ten slotte, het snel stijgend opleidingsniveau van de op de arbeidsmarkt instromende beroepsbevolking sloot slecht aan bij

² A. Nijssen, J. van der Tuin, 'Kleinschalige werkgelegenheid, een wenkend perspectief?', in *Kroniek van het Ambacht, Klein- en Middenbedrijf*, nrs. 5/6, 1986, blz. 145.

³ WRR, *op cit.*, blz. 55-56.

⁴ Zie Instituut voor Milieuvraagstukken, *Milieuverontreiniging en produktiestructuur; deel I*; Amsterdam 1978, tabel IV.6.

de gemiddelde kwaliteit van de industriële arbeidsplaats. Zeker ten aanzien van arbeidsinhoud, arbeidsomstandigheden en arbeidsverhoudingen scoorde deze slecht in vergelijking tot de arbeidsplaatsen welke de overheid alsmede de handel en de dienstensector te bieden hadden. Niet alleen qua niveau, maar ook qua richting (niet-technisch) verwijderde het nieuwe arbeidsaanbod zich steeds verder van de behoeften van de industrie.

Een en ander heeft er toe geleid dat het nadenken over de industrie als behorend tot een afgesloten periode in de economische ontwikkeling – het post-industriële tijdperk – steeds meer opgeld deed. Klassieke studies van Fisher, Colin Clark en Fourastié ondervonden hernieuwde belangstelling. De zo broodnodige nieuwe werkgelegenheid zou moeten komen van de dienstensector, in de meest ruime zin van het woord.

Echter, aan het eind van de jaren zeventig werden alom vraagtekens gezet bij de optimistische toekomstverwachtingen ten aanzien van het werkgelegenheidscreërende vermogen van de dienstensector. Het beslag van de collectieve lasten werd steeds meer als klemmend ervaren. Tegelijkertijd dienden zich technologische ontwikkelingen aan die ook in de dienstensector tot produktiviteitsverhoging zouden kunnen leiden. De problematiek werd nog verscherpt door een voortdurende stijging van het arbeidsaanbod als gevolg van de naoorlogse geboortegolf en de toenemende arbeidsparticipatie van vrouwen. Deze ontwikkelingen vormden aanleiding tot een studie naar de veranderende verhouding tussen actieven en niet-actieven. Daarin werd geconcludeerd dat: 'Waar zich uit een oogpunt van werkgelegenheid interessante perspectieven voordoen, lijken deze in het licht van de omvang van de te verwachten uitstotingsproblemen in landbouw en nijverheid, alsook van de te verwachten toename van het arbeidsaanbod, van onvoldoende omvang om de toekomstige ontwikkeling zonder zorg tegemoet te zien' ⁵. In plaats van de industrie te beschouwen als een typerende sector voor een afgesloten fase in de economische ontwikkeling werd meer aandacht gevraagd voor de draagvlakversterkende functie van de industrie. De gedachte kwam dan ook naar voren dat in onderdelen van de industriële sector en de dienstensector een produktiviteitspolitiek gericht op versterking van het draagvlak centraal zou moeten staan. Investeringsstimulering zou daartoe als middel kunnen dienen zonder dat daarbij onverkort het arbeidsplaatsencriterium gehanteerd zou moeten worden ⁶.

De bakens in de maatschappelijke discussie over de sectorale structuur van het produktiepotentieel werden in snel tempo verzet. In 1978 kwam Gershuny met een studie waarin hij aandacht vroeg voor het verschijnsel dat de industrie steeds meer in staat is goederen te produceren die diensten kunnen vervangen. Bekende voorbeelden zijn de auto, de wasmachine, de stofzuiger, televisie, doe-het-zelfapparatuur enzovoort ⁷. In Nederland verschenen in het kader van deze discussie afzonderlijke beleidsnota's, zoals de Sectornota, de Innovatienota, de Nota's Energiebeleid en de Milieunota's. Aan de hierin geuite behoefte aan een overkoepelende visie werd tegemoet gekomen door het in 1980 verschenen rapport van de WRR 'Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie'. Hierin wordt onder meer geconstateerd dat de door velen gekoesterde verwachting dat de uitstoot van arbeid uit de industrie zal kunnen worden opgevangen door de dienstensector niet bevestigd wordt. Een oplossing van het continuïteitsvraagstuk zal derhalve over het brede front van de bedrijvensector dienen te worden gezocht ⁸. In de beleidsaanbevelingen wordt zelfs expliciet naar de industrie verwezen als de primair te

⁵ WRR, *Maken wij er werk van?* Rapport aan de Regering nr. 13; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1977, blz. 71.

⁶ WRR, *op. cit.* (1980), blz. 140.

⁷ J. Gershuny, *After Industrial Society? The Emerging Self-service Economy*; London, 1978.

⁸ WRR, *op. cit.* (1980), blz. 286.

versterken sector ⁹. De achterliggende gedachte is dat de sectorstructuur in het algemeen gesproken verschil maakt voor de vervulling van onze economische, zowel als van onze niet-economische doelstellingen ¹⁰. In het verlengde hiervan wordt de instelling bepleit van een Regeringscommissie voor een te voeren sectorbeleid. Deze regeringscommissie dient professioneel van samenstelling te zijn. Aldus wordt impliciet gestalte gegeven aan de renaissance of zo men wil een eerherstel van de industrie. Immers, terwijl het in het post-industriële denken nog paste om regeringswaarnemers (Molkenboer bij RSV), en ex-politici (Udink en Boersma bij OGEM) naar grote, met problemen kampende industriële bedrijven te halen, werd nu aangedrongen op het betrekken van 'captains of industry' bij het oplossen van nationale problemen. De in januari 1981 door het ministerie van Economische Zaken ingestelde Adviescommissie inzake het Industriebeleid (Commissie Wagner) bestond dan ook vrijwel volledig uit managers van grote, hoofdzakelijk industriële ondernemingen, met Wagner - voormalig topman van Shell - als voorzitter. Dat deze trend zich laat doortrekken naar het heden moge blijken uit de benoeming van Dekker, ex-topman van Philips, tot voorzitter van de adviescommissie voor het technologiebeleid en zelfs, hetgeen zeer illustratief is voor de industriële revival, tot voorzitter van de commissie 'Financiering en structuur van de gezondheidszorg'. Vooralsnog lijkt de meer recente ontwikkeling succesvoller dan de eerste.

Reeds in juni 1981 verscheen het eerste rapport van de Commissie Wagner. De allereerste conclusie luidde: 'Ondanks vele bedreigingen zijn de kansen die de Nederlandse industrie heeft zeer groot. Er is geen sprake van strijden voor een verloren zaak. Voor herstel van economische groei en voor de werkgelegenheid is evenwel een nieuw industrieel elan essentieel. Het beleid moet hierop worden gericht' ¹¹. Een op basis van het eerste advies ingestelde Voortgangcommissie, eveneens onder voorzitterschap van Wagner, adviseerde tussen januari 1982 en december 1983 op een groot aantal terreinen ¹². De aanbevelingen richtten zich, behalve op herstel van kansrijke bestaande sectoren door een behoorlijk algemeen sociaal-economisch beleid met een daarbij behorend industriebeleid, op een herindustrialisatiebeleid. Centraal stond hierbij een aandachtsgebiedenbeleid met de nadruk op technologische ontwikkelingen. Er werd gewezen op de noodzaak de beleidsmatige koppeling tussen de technologische en economische ontwikkeling te versterken. De Voortgangcommissie besloot haar advisering met een 'Ten slotte', waarin zij het geloof uitspreekt dat 'de hoofdlijnen van haar aanbevelingen, evenals die van haar voorgangster, de gevoelens van steeds meer Nederlanders weerspiegelen. Overeenstemming is de eerste voorwaarde voor het nieuwe elan' ¹³. Hiervoor zal het echter nodig zijn dat de gesignaleerde negatieve denkbeelden over grootschalige industriële productieprocessen, welke zich toespitsen op de kwaliteit van de arbeid (arbeidsinhoud, arbeidsomstandigheden en arbeidsverhoudingen) en voor het milieu in positieve zin worden bijgesteld. Met name technologische ontwikkelingen en de wijze van toepassing hiervan kunnen hier mogelijk een belangrijke bijdrage aan leveren. Dat ook de industriële werkgevers zich bewust zijn van deze problematiek moge blijken uit een recent interview met de nieuwe FME-voorzitter Blankert, waarin deze te kennen gaf zich zorgen te maken over een mogelijk te geringe belangstelling van jongeren voor arbeidsplaatsen in de metaalindustrie in de jaren negentig ¹⁴.

⁹ *Ibid.*, blz. 309.

¹⁰ *Ibid.*, blz. 292.

¹¹ Adviescommissie inzake het industriebeleid, *Een nieuw industrieel elan*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij juni 1981.

¹² Adviescommissie inzake de voortgang van het industriebeleid, *Verslag van de werkzaamheden nrs. 1-4*, januari 1982 - december 1983, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1983.

¹³ Adviescommissie inzake de voortgang van het industriebeleid, *Verslag van de werkzaamheden 4*; juli 1983 - december 1983, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1983. blz. 39.

¹⁴ *De Volkskrant*, 18 oktober 1986.

Aan het advies van de Voortgangcommissie met betrekking tot het technologiebeleid werd gevolg gegeven door in augustus 1982 een werkgroep Technologiebeleid en een overleggroep Project Technologiebeleid in te stellen. In 1983 werd de minister van Economische Zaken benoemd tot projectminister voor het technologiebeleid, waarmee het technologiebeleid tot een politieke prioriteit werd gemaakt. Een en ander resulteerde in het rapport 'Naar een op de marktsector gericht technologiebeleid, 1984', waarin onder meer aandacht werd gevraagd voor het mkb, als wezenlijk bestanddeel van de industriële produktiestructuur en de noodzaak van technology-transfer naar het mkb als een vereiste voor een positieve ontwikkeling van de Nederlandse industrie in zijn totaliteit¹⁵. De industriepolitiek of zo men wil het economisch structuurbeleid van de jaren tachtig verschilt duidelijk van het in de zeventiger jaren gevoerde beleid. Terwijl toen veel meer aandacht werd gegeven aan een defensief beleid gericht op bedrijfsklassen aan het eind van de levenscyclus (individuele steunoperaties), is bij het huidige beleid het accent verschoven naar een offensief beleid gericht op kansrijke activiteiten ('picking-winners')¹⁶. Aan dit beleid is vorm gegeven door onder meer de oprichting van de Maatschappij voor Industriële Projecten (MIP), het versterken van de markt oriëntatie van de technisch-wetenschappelijke infrastructuur, alsmede door de stimulering van onderzoek en ontwikkeling in met name het mkb door middel van de INSTIR (Innovatiestimuleringsregeling). Over de wenselijkheid van deze beleidsverandering in het bijzonder en van industriepolitiek in het algemeen is veel gediscussieerd. Een sterke voorstander van deze aanpak is Wijers, die pleit voor een op macro-niveau te voeren anticiperend sectorstructuurbeleid. Zo'n type beleid biedt naar zijn opvatting de beste kansen biedt op een herstel van de marktsector¹⁷. H.W. de Jong daarentegen stelt zich sterk te weer tegen industriepolitiek als zodanig; hij is van mening dat in vrijwel alle gevallen de markt een efficiënter instrument is om het economisch proces te coördineren dan een door de overheid te voeren industriepolitiek¹⁸.

Vanuit de constatering dat het industriële mkb een wezenlijk onderdeel vormt van de industriële produktiestructuur in zijn totaliteit, is diffusie van technologische kennis naar het mkb noodzakelijk. Bij aanwezigheid van met de schaal samenhangende structuurdrempels waar onder andere in hoofdstuk 1 op is gewezen, is het nog maar de vraag of het vrije marktmechanisme per definitie leidt tot een optimaal resultaat. Overheidsingrijpen in de vorm van industriepolitiek zal dan ook nodig zijn om over een zo breed mogelijk front de vruchten te kunnen plukken van fundamentele technologische vernieuwingen. Een ondersteuning van deze visie kan worden gevonden bij Schenk, die – na een weliswaar negatief oordeel over de in ons land gevoerde industriepolitiek – tot de slotsom komt dat het gebrek aan 'fit' tussen beleid en probleem in verband te brengen is met de volgende kenmerken van het beleid: horizontaliteit, fixatie op grote ondernemingen en op formele concentratie, acceptatie van heersende besluitvormingsmodellen binnen ondernemingen. Een alternatief zal naar zijn opvatting dan ook moeten aansluiten bij deze vier punten. In aansluiting hierop pleit Schenk onder meer voor een industriepolitiek die meer is gericht op versterking van samenwerkingsverbanden tussen leveranciers en afnemers van duurzame produktiemiddelen (de zgn. verticale optie) ter stimulering van de technologische ontwikkelingen. Daarnaast voert hij een pleidooi voor een aanzienlijk grotere oriëntatie van het industriebeleid op kleinere ondernemingen, omdat hij verwacht dat een beleid in die richting een hogere effectiviteit en

¹⁵ *Naar een op de marktsector gericht technologiebeleid*; Tweede Kamer, zitting 1983–1984, 17973 nrs. 5–6.

¹⁶ G.J. Wijers, 'Een nieuwe aanpak; het industriebeleid en de betekenis van de MIP'; *SMO-informatief*, 1982/5, blz. 19–36.

¹⁷ *Ibid.*, blz. 36.

¹⁸ H.W. de Jong, 'Industriepolitiek: een lege doos'; *Economisch Statistische Berichten*, 27 februari 1985, jaargang 70, blz. 192–197.

efficiency zal kennen, dan een beleid in de richting van grote ondernemingen¹⁹.

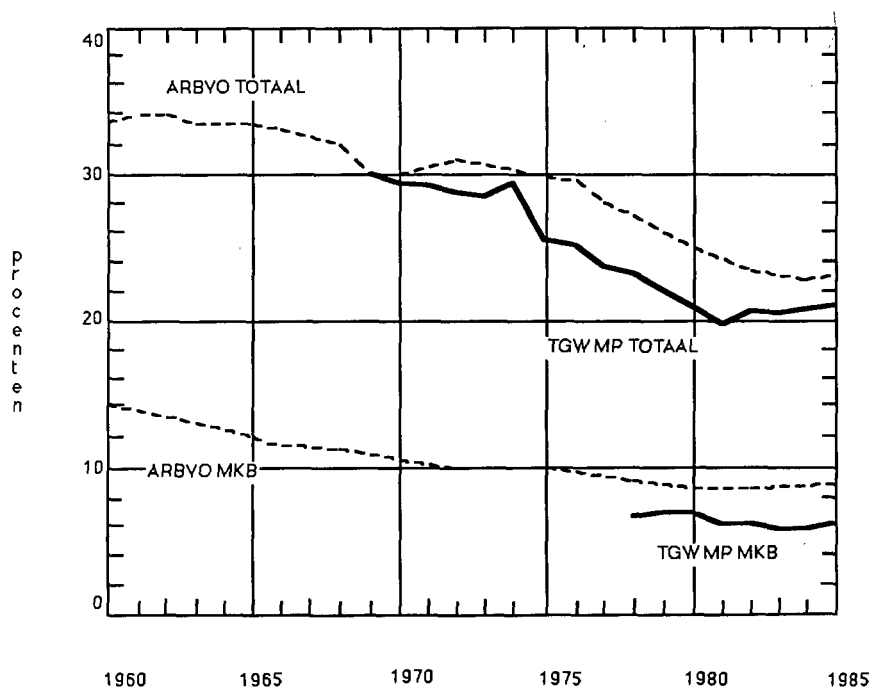
3.3 De rol van het industriële midden- en kleinbedrijf

3.3.1 De naoorlogse industriële ontwikkeling

Met name op technologisch en exportgebied worden van de industrie belangrijke bijdragen verwacht. Een goed renderende industrie wordt van grote betekenis geacht voor de economische groei en daarmee voor het draagvlak van de economie. Om mythevorming te voorkomen en een gemeenschappelijke basis te geven aan de discussie lijkt het goed een aantal hoofdlijnen van de naoorlogse industriële ontwikkeling onder de loep te nemen.

In de jaren vijftig leverde de industrie ruim 30% van de totale bruto toegevoegde waarde (marktprijzen) en de werkgelegenheid van de sector bedrijven. In omvang was de industrie vergelijkbaar met de tertiaire diensten. Later, vooral na 1965 (werkgelegenheid) en 1975 (bruto toegevoegde waarde) heeft de industrie veel aan betekenis ingeboet (zie grafiek 3.1).

Grafiek 3.1 Aandeel industrie in toegevoegde waarde (TGW) en arbeidsvolume (ARBVO)



Bron: CEP 1986, Centraal Planbureau.
EIM.

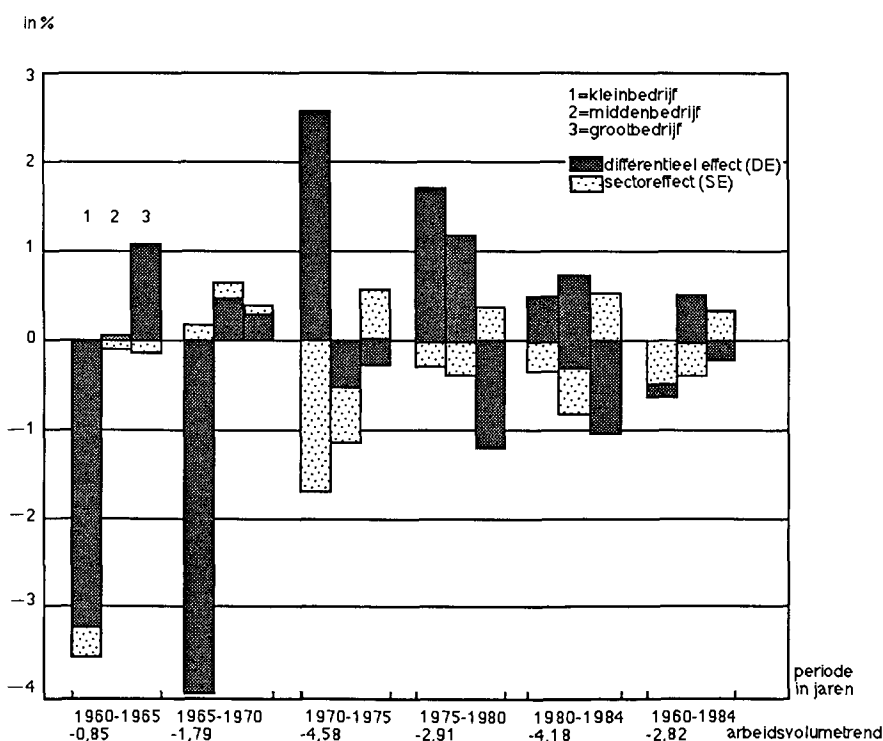
Op de algemene oorzaken van deze teruggang is reeds in de vorige paragraaf gewezen: loonkostenstijgingen, versnelling van de structurele produktiviteit, een achterblijvende vraag en een starre aanbodstructuur. Hier gaat het om de vraag welke rol het industriële midden- en kleinbedrijf binnen deze ontwikkelingen heeft gespeeld. Is de neergang van de industrie gepaard gegaan met een toenemende grootschaligheid (concen-

¹⁹ E.J.J. Schenk; 'Industriepolitiek: een 'common sense'-benadering'; *Maandschrift Economie*, jaargang 49, 1985, blz. 192-213.

tratie) of hebben zich tegengestelde tendensen (deconcentratie, kleinschaligheid) voorgedaan? En zo ja, betreft het dan reële veranderingen in grootteklasse (schaaleffecten) of vormen achterliggende sectorale verschuivingen (sectoreffecten) de oorzaak?

Elsendoorn c.s. zijn voor de periode 1960-1984 op deze vragen ingegaan met een analyse van de verschuivingen in het volume van de gewerkte uren over sectoren en grootteklassen²⁰. Veranderingen in het volume van de gewerkte uren vormen immers een redelijke benadering van zowel de mutaties in werkgelegenheid, als de bruto toegevoegde waarde. Op basis van deze analyse kan worden geconcludeerd dat het volume der gewerkte uren sedert 1960 sterk is gedaald (zie ook grafiek 3.2). Arbeidsproductiviteitsverbeteringen, deels tot uiting komend in een dalende werkgelegenheid en deels in arbeidstijdverkorting, vormen hiervoor mede een belangrijke verklaring. Deze problematiek is hier echter niet aan de orde. Waar het om gaat zijn de relatieve positieveranderingen van het klein-, het midden- en het grootbedrijf. Sectorale verschuivingen vormen hierbij echter een verstrend element. In de onderhavige analyse is daarvoor gecorrigeerd. Ons concentrerend op de schaafeffecten (= verandering in de verdeling van de gewerkte uren over de grootteklassen, in de grafiek differentieel effect genoemd) blijken deze, over de gehele periode gezien, per saldo negatief te zijn voor het klein- en grootbedrijf. Het volume van de gewerkte uren heeft zich relatief sterk geconcentreerd in

Grafiek 3.2 Schaal- en sectorveranderingen in het volume der gewerkte uren in de industrie (1960-1984)



Bron: G. Elsendoorn e.a., 'Arbeidsvolume en schaalgrootte, een speurtocht naar structurele veranderingen'; in: *Aspecten van het midden- en kleinbedrijf*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, mei 1984

²⁰ G. Elsendoorn, A. Nijssen en J. Vianen, 'Arbeidsvolume en schaalgrootte; een speurtocht naar structurele veranderingen'; in: *Aspecten van het midden- en kleinbedrijf*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, mei 1984. Deze analyse betreft de periode 1960-1980; ten behoeve van de onderhavige studie is de periode 1980-1984 toegevoegd.

middelgrote industriële bedrijven. Dat uiteindelijk het industriële productieproces grootschaliger is geworden, wordt uitsluitend veroorzaakt door een voorspoediger ontwikkeling van sectoren waar het grootbedrijf sterk is vertegenwoordigd (aardolie, chemie e.d.), het zogenaamde sectoreffect. De geconstateerde terreinwinst voor middelgrote industriebedrijven heeft met name na 1975 zijn beslag gekregen. Juist in de periode waarin de herstructurering van de industrie in volle gang is, zien we dat het midden-, maar ook het kleinbedrijf zijn relatieve positie weet te versterken. De stabiliserende functie van het mkb in fasen van neergang (einde levenscyclus) blijkt hieruit.

Het spiegelbeeld van deze ontwikkeling wordt aangetroffen in de zestiener jaren, toen sprake was van industriële groei (opgaande en stabilisatiefase van de levenscyclus); het arbeidsvolume concentreerde zich toen sterk in het grootbedrijf. Ook in een meer recente periode (1980-1984) zijn de ontwikkelingen in het volume van de gewerkte uren in het mkb gunstiger dan in het grootbedrijf; dit geldt met name voor de kleine grafische en kunststofverwerkende bedrijven. De enige uitzondering vormen de kleine metaalbedrijven.

Uit het voorgaande moge blijken dat het analyseren van de rol van het industriële midden- en kleinbedrijf niet los kan worden gezien van sectorale ontwikkelingen binnen de industrie. Ten einde voornoemde sectorale verschuivingen zichtbaar te maken en tevens aan te geven welk aandeel het midden- en kleinbedrijf in de diverse sectoren heeft en had is tabel 3.1 opgenomen.

Tabel 3.1 Verdeling van het industriële arbeidsvolume^{a)} 1960-1985

Jaar	Voedings- en genot- middelen	Textiel, kleding schoeisel	Hout, meubel- len, bouw- materialen	Papier, grafische industrie	Aardolie, chemie rubber	Metaal
in % totaal industrie						
1960	19,8	18,5	11,2	7,5	7,6	35,4
1965	18,0	16,9	10,8	8,4	8,8	37,2
1970	17,6	13,9	10,6	9,4	9,5	39,0
1975	18,1	9,3	8,9	9,4	12,0	42,4
1980	18,5	6,8	9,2	10,2	12,0	43,3
1985 ^{b)}	18,9	5,4	8,4	10,2	14,0	43,1
aandeel mkb binnen bedrijfsklasse (%)						
1960	52,4	38,8	66,8	45,3	22,1	32,6
1985 ^{c)}	41,4	50,5	65,5	41,7	17,0	33,6

Bron: Elsendoorn, op cit..

a) Arbeidsvolume in gewerkte uren.

b) 1985 niet opgenomen in oorspronkelijke bron, doch later toegevoegd.

c) Het MKB-aandeel binnen de industrie is voor 1960 41,8% en voor 1985 37,2%.

Arbeidsvolume-aandelen van 50% of meer heeft het midden- en kleinbedrijf in bedrijfsklassen welke sterk in betekenis zijn afgenomen. Het gaat om de hout- en meubelindustrie, de bouwmaterialen, alsmede de textiel-, kleding- en schoenenindustrie. Eerstgenoemde groep bedrijven richt zijn afzet vooral op de binnenlandse markten voor intermediaire leveringen; de bouwnijverheid is veruit de belangrijkste afnemer. De textiel-, kleding- en schoenenindustrie opereren grotendeels op de exportmarkten. De afzet bestaat hoofdzakelijk uit consumptiegoederen, met uitzondering van de textielindustrie die vooral halffabrikaten toelevert aan de kledingindustrie.

In de zich handhavende voedings- en genotmiddelenindustrie heeft het midden- en kleinbedrijf een arbeidsvolume-aandeel van 40%. Deze bedrijfsklasse - na de metaal de grootste werkgever in het industriële midden- en kleinbedrijf - richt zich in hoofdzaak op de binnenlandse

markten voor consumptiegoederen en intermediaire leveranties aan de landbouw. Circa 80% van de arbeidsplaatsen in het midden- en kleinbedrijf wordt aangetroffen in brood- en banketbakkerijen en de veevoederindustrie; de vleesverwerkingsindustrie neemt het overige deel voor zijn rekening.

Het arbeidsvolume-aandeel van de papier- en grafische industrie is sedert 1960 licht toegenomen. Het midden- en kleinbedrijf zorgt hier voor bijna 42% van het arbeidsvolume, voor het overgrote deel in grafische bedrijven. De grafische nijverheid richt zich voor zijn afzet – vanwege het beperkte taalgebied – vrijwel uitsluitend op de binnenlandse markt. De produktie betreft hoofdzakelijk intermediaire goederen. De belangrijkste afnemers van de grafische bedrijven zijn de uitgeverijen, de groot- en detailhandel, de burgerlijke overheid alsmede de onderwijssector.

De metaalnijverheid is goed voor bijna 40% van het mkb-arbeidsvolume in de industrie. Deze bedrijfsklasse heeft zijn aandeel behoorlijk weten uit te breiden; het midden- en kleinbedrijf is met deze groei in de pas gebleven. De kleine en middelgrote metaalbedrijven worden vooral aangetroffen in de metaalprodukten en de machine-industrie. De metaalproduktenindustrie produceert vooral voor de binnenlandse markt en wel intermediaire goederen. De belangrijkste afnemer is de bouw. Verder zijn nog belangrijk onderlinge leveranties aan andere metaalbedrijven. De machine-industrie is veel meer gericht op het buitenland. Het midden- en kleinbedrijf in deze bedrijfsklasse exporteert de helft van zijn afzet, welke voornamelijk bestaat uit intermediaire leveranties en investeringsgoederen.

De snelst groeiende bedrijfsklassen binnen de industrie zijn de aardolie-, de chemische-, de kunststof- en de rubberindustrie. Het midden- en kleinbedrijf speelt hierin slechts een rol van ondergeschikte betekenis. Toch bieden de kleine en middelgrote bedrijven in deze sector – voornamelijk in de kunststof verwerkende industrie – werk aan ruim 20.000 personen. De produktiewaarde bedraagt bijna 6 miljard gulden en de toegevoegde waarde bijna 2 miljard. De produktie bestaat vrijwel uitsluitend uit intermediaire goederen, die voor bijna de helft worden geëxporteerd. Schema 3.1 bevat een samenvattend overzicht.

Schema 3.1 Verdeling van de bedrijfsklassen van het industriële midden- en kleinbedrijf naar zwaartepunten van bestemming en samenstelling van de afzet

Bestedingscategorieën afzet	Afzet gericht op	
	Export	Binnenland
	textiel	hout, meubel, bouwmaterialen
intermediaire goederen	machine-industrie kunststoffen	voeding grafische, metaalprodukten kunststoffen
consumptiegoederen	kleding, schoeisel	voeding
investeringsgoederen	machine-industrie	

3.3.2 Naar een eenzijdige, grootschalige industrie?

De naoorlogse industrialisatie kan worden geëvalueerd op basis van het specialisatiepatroon en de 'activa' waarop is gekapitaliseerd²¹. Bij

²¹ WRR, *op. cit.* (1980), blz. 25.

laatstgenoemd aspect moet worden gedacht aan de mate waarin is geïnvesteerd in de produktiefactoren arbeid en kapitaal, de scholingsgraad van de arbeid, de onderzoeksintensiteit van het produktieproces en de energie-intensiteit. Aan de hand van deze criteria wordt de industrialisatie gekenschetst als tenderend naar grootschalig, eenzijdig, gericht op 'bulkgoederen' in de intermediaire sfeer, waarbij het accent meer is komen te liggen op procesvaardigheid dan op engineering. Hiermee profileert meer recente groeisectoren (aardolie, chemie) zich duidelijk afwijkend ten opzichte van het industriële produktie-apparaat van de zestiger jaren, dat wordt gekenmerkt door sectoren met een lage scholingsgraad van de arbeid en een lage onderzoeks- en energie-intensiteit van het produktieproces.

Een dergelijke typering van de industriële ontwikkeling biedt weinig mogelijkheden voor kleine en middelgrote industriebedrijven in de toekomst. In een analyse van de groottestructuur en levenscyclus in de Nederlandse industrie heeft Webbink aangetoond dat het beeld niet zo somber hoeft te zijn²². Centraal in deze studie staat de gedachte van de levenscyclus van bedrijfsklassen welke zijn beslag vindt via technologische ontwikkelingen en de verzadigingsgraad van de markt. Met deze combinatie ontwikkelde H.W. de Jong een dynamische markttheorie met behulp waarvan de marktontwikkeling kan worden gefaseerd; aldus zou zich een levenscyclus voor bedrijfsklassen laten onderkennen²³. Webbink heeft met behulp van een uitvoerige analyse op statistisch materiaal getracht deze theorie te toetsen voor industriële bedrijfsklassen in het algemeen en het midden- en kleinbedrijf als onderdeel daarvan in het bijzonder. Binnen het bestek van deze studie loont het alleszins de moeite enkele van de door Webbink gedane bevindingen nader te bespreken.

Dat de naoorlogse industrialisatie wordt overheerst door bewegingen van concentratie en grootschaligheid behoeft geen twijfel. Ook Webbink komt tot deze conclusie²⁴. Meer recent blijkt echter het beeld te veranderen en dat sluit aan bij Elsendoorn's analyses betreffende sector- en schaalveranderingen²⁵. Webbink zegt hierover: 'In de jaren zeventig verandert het beeld: aan het einde van de jaren zeventig, wanneer de stagnatie hoogtij viert, worden de grote ondernemingen een steeds minder belangrijke werkgever, in tegenstelling tot de kleine en middelgrote. De voordelen van grootschaligheid zijn in een aantal gevallen in nadelen omgeslagen, nu de afzet stagneert'²⁶. Hoewel deze constatering op zich belangwekkend is, gaat het om de vraag waar de Nederlandse industrie zich bevindt binnen de levenscyclus. Webbink onderscheidt hiertoe een zestal fasen; expansief, licht stagnerend, stagnerend, verzadigd, licht teruggaand, sterk teruggaand. De centrale probleemstelling van de analyse spitst zich toe op de vraag 'welke rol de kleine en middelgrote ondernemingen spelen binnen de onderscheiden fasen?' Als het zo is dat - afhankelijk van de fase van de levenscyclus - de betekenis van kleine en middelgrote ondernemingen verschilt - is het niet ondenkbaar dat de overheid hierop met haar beleid kan inspelen. Hier zal later nader op worden ingegaan.

²² A.H. Webbink, *Groot en klein in de industrie*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985.

²³ H.W. de Jong, *Dynamische markttheorie*; Leiden/Antwerpen, Stenfert kroese 1982.

²⁴ Webbink, *op. cit.*, blz. 20.

²⁵ Elsendoorn e.a., *op. cit.*

²⁶ Webbink, *op. cit.*, blz. 20.

Webbink heeft 89 industriële bedrijfspgroepen aan de hand van een zevental criteria ingedeeld naar de zes onderscheiden fasen van de levenscyclus. Deze criteria zijn:

- groei van de binnenlandse afzet;
- groei van de buitenlandse afzet;
- groei van de werkgelegenheid;
- groei van het aantal ondernemingen;
- aandeel van de buitenlandse afzet in de totale afzet;
- groei van de bruto toegevoegde waarde;
- groei van de bruto investeringen in vaste activa.

Tabel 3.2 bevat informatie over de verdeling van het aantal ondernemingen binnen de geanalyseerde bedrijfspgroepen naar grootteklasse van de onderneming en fase van de levenscyclus waarin de bedrijfspgroep zich bevindt.

Tabel 3.2 Aantal ondernemingen per grootteklasse in de industrie, 1981

Fase levenscyclus	Klein- bedrijf	Midden- bedrijf	Groot- bedrijf	Totaal
	in procenten			
expansief	16,6	8,0	6,7	14,5
licht stagnerend	9,7	12,9	26,4	11,0
stagnerend	41,9	44,2	40,6	42,3
verzadigd	12,3	13,1	10,2	12,4
licht teruggaand	15,3	18,0	11,5	15,8
sterk teruggaand	4,1	3,8	4,5	4,1
totaal	100	100	100	100
totaal x 1000	29,5	8,1	1,4	39,0

Bron: A.H. Webbink, *Groot en klein in de industrie; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, 1985*

Zo blijken slechts 9 van de 89 bedrijfspgroepen het predikaat expansief te verdienen; hierin wordt een kleine 15% van alle industriële ondernemingen aangetroffen en ongeveer 7% van de werkgelegenheid. De bedrijfspgroepen in de stagnerende fase zijn goed voor circa 40% van de ondernemingen en de werkgelegenheid. Met het oog op de functie van het midden- en kleinbedrijf is interessant dat:

- terwijl de kleine bedrijven binnen de totale industrie slechts een aandeel van 10% in de werkgelegenheid hebben, hun aandeel binnen de expansieve sectoren twee maal zo groot is. Opvallend is dat het kleinbedrijf sterk is ondervetegenwoordigd in de licht stagnerende sectoren;
- een overvetegenwoordiging geldt voor het middenbedrijf in de verzadigde en licht teruggaande fase;
- het grootbedrijf relatief sterk is vetegenwoordigd in de licht stagnerende fase.

De vier meest expansieve bedrijfspgroepen blijken te zijn ²⁷:

- de overige chemische produktenindustrie (SBI 299);
- de be- en verwerkende industrie niet elders genoemd (SBI 399);
- de smederijen, oppervlaktebewerkingsbedrijven en dergelijke (SBI 349);
- de kunstmeststoffenindustrie (SBI 291).

Interessant is de constatering dat bedrijfspgroepen met een 'rest-karakter' (SBI 299 en 399) tot de meest expansieve behoren; vermoedelijk gaat het hier om nieuwe, nog niet goed in te delen activiteiten.

²⁷ *Ibid.*, samenvatting, blz. 9 en 10.

De vier sterkst teruggaande bedrijfspgroepen zijn:

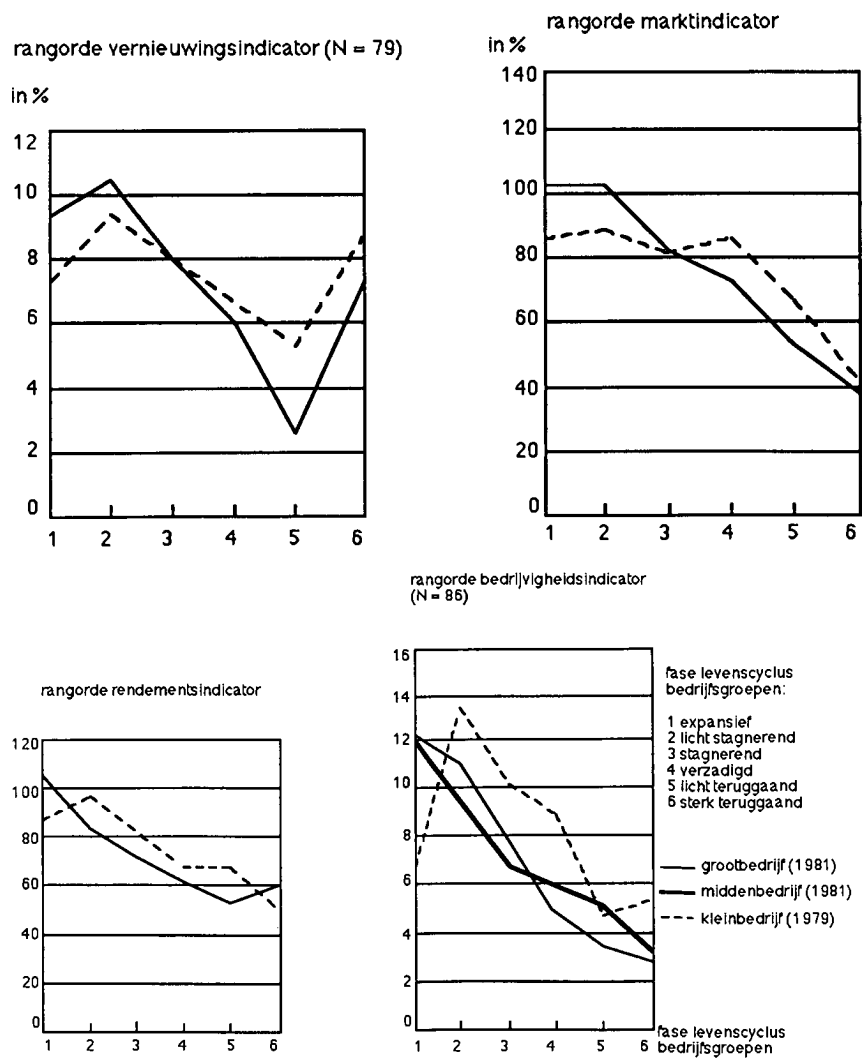
- de wol- en katoenindustrie (SBI 221/2);
- de triplex-, fineer-, vezel-, spaanderplaat- en houtconserveringsindustrie (SBI 252);
- de pelsbereiderijen, bontfabrieken en bontwerkerijen (SBI 234);
- de kalkzandsteenindustrie (SBI 323).

Vervolgens is per fase van de levenscyclus nagegaan hoe het midden- en kleinbedrijf binnen de bedrijfspgroepen presteert in vergelijking met het grootbedrijf ten aanzien van een aantal aspecten. Deze aspecten zijn gebundeld in een viertal hoofdcriteria, te weten:

- industriële vernieuwing (investeringsgraad, ontwikkeling arbeidsproductiviteit, onderzoeks- en ontwikkelingsintensiteit);
- markt oriëntatie (binnen- en buitenlandse afzet, aandeel export);
- rendementen (bruto winst en ontwikkeling rendement);
- bedrijvigheid (ontwikkeling werkgelegenheid en aantal bedrijven, oprichtingspercentage).

Op basis van deze analyse (zie ook grafiek 3.3) kunnen de volgende conclusies worden getrokken.

Grafiek 3.3 Verschillen tussen klein-, midden- en grootbedrijf in de industrie op basis van enkele indicatoren van de levenscyclus



Bron: Webbink, op. cit.

Ten aanzien van de *vernieuwingsgezindheid* blijken de middelgrote bedrijven binnen de onderscheiden bedrijfsgroepen gemiddeld in de latere fasen van de levenscyclus een betere rangorde te bereiken dan de grote bedrijven. Deze laatste blijken vooral in de beginfase een relatief hoge vernieuwingsgraad te behalen. Kennelijk heeft de vernieuwingsgezindheid in kleinere bedrijven minder van stagnatie en teruggang te lijden dan in grote bedrijven.

Tussen grote en middelgrote ondernemingen is er weinig verschil als wordt gekeken naar *marktindicatoren*. Wel blijkt het grootbedrijf beter te functioneren in expansieve sectoren en het middenbedrijf in teruggaande sectoren. Dit beeld stemt overeen met dat van de vernieuwingsindicatoren.

Uit het oogpunt van *rendementsverbetering* doet het middenbedrijf het vooral in de tussenfase van de levenscyclus beter dan het grootbedrijf. Ten aanzien van de *bedrijvigheid* blijkt het grootbedrijf een meer voorttrekkende rol te hebben (groei c.q. relatief goede handhaving in expansieve en stagnerende bedrijfsgroepen), terwijl het middenbedrijf meer een stabiliserende rol vervult (relatief goede handhaving in verzadigde en teruggaande bedrijfsgroepen). Het kleinbedrijf echter blijkt in de meeste fasen de beste rol te spelen.

Webbink besluit haar analyse als volgt (zie ook schema 3.2):

‘Kortom, het grootbedrijf verkeert in de bedrijfsgroepen met een grotere mate van expansie in een betere positie dan het middenbedrijf. Het middenbedrijf scoort echter beter dan het grootbedrijf in de bedrijfsgroepen die er slechter voorstaan: het kleinere bedrijf in de rol van demper. Grote ondernemingen floreren vooral in situaties waar omvangrijke groeimogelijkheden zijn, terwijl kleinere bedrijven ook op kleine specialistische terreinen uitstekend tot bloei kunnen komen. Van spectaculaire expansie is dan echter vaak geen sprake, daarvoor is de invloed van die kleinere bedrijven vaak te gering.

Toch spelen ze juist in de minder expansieve delen van de industrie een belangrijke rol: zij zijn daar met name de voortbrengers van vernieuwingen. Ze dragen op hun wijze toch in niet te onderschatten mate bij aan de dynamiek en de concurrentiekracht van de Nederlandse industrie’²⁸.

Overigens past bij deze conclusies wel een kanttekening. Het is nog maar de vraag of het feit dat kleine en middelgrote bedrijven naar verhouding meer oprichtingen kennen en meer investeren in teruggaande sectoren als een bewijs van vernieuwend vermogen mag worden geïnterpreteerd. Het is evenzo mogelijk dat zij, bij een gebrekkig marktinzicht, foutieve investeringsbeslissingen hebben genomen. Tegen deze laatste opvatting pleiten de resultaten van innovatie-onderzoek, zoals gepresenteerd in paragraaf 3.5.2. Daaruit blijkt dat innovaties van mkb-bedrijven in de neergaande fase van de levenscyclus soms een verrassende nieuwheid hebben. Met name op basis van de resultaten van het onderzoek naar de rol van het industriële mkb in de onderscheiden fasen van de levenscyclus wordt gepleit voor een industrie- en technologiebeleid dat oog heeft voor zowel expanderende als inkrimpende c.q. sterke en zwakke sectoren, omdat ook in laatstgenoemde sectoren vernieuwingstendensen zijn waar te nemen. De voorkeur gaat dan ook uit naar een type beleid dat ligt in het verlengde van het aandachtsgebiedenbeleid; een gedifferentieerde aanpak derhalve, waarbij wordt ingespeeld op de mate van expansie en op de grootte van de onderneming²⁹. Het moge duidelijk zijn dat een dergelijk beleid meer omvat dan een exclusieve gerichtheid op ‘picking the winners’. Het zal ook een infrastructuur-versterkend karakter moeten hebben.

²⁸ *Ibid.*, samenvatting, blz. 19 en 20.

²⁹ J.G. Vianen en A.H. Webbink, ‘Vernieuwing in kleine en grote ondernemingen in de industrie’; *Economisch Statistische Berichten*, 6 augustus 1986 jaargang 71, blz. 772-778.

Schema 3.2 Krachtsverhoudingen tussen groot- en middenbedrijf ten aanzien van vier indicatoren, per fase van de levenscyclus

Fase levenscyclus	Indicatoren ^{a)}			
	industriële vernieuwing	markt-oriëntatie	rendement	bedrijvigheid
expansief	g	g	g	g
licht stagnerend	g	g	m	g
stagnerend	m	g	m	g
verzadigd	m	m	m	m
licht teruggaand	m	m	m	m
sterk teruggaand	m	m	g	m

Bron: Webbink, op. cit.

a) m = middenbedrijf scoort hoger dan grootbedrijf.

g = grootbedrijf scoort hoger dan middenbedrijf.

3.3.3 De toekomstverwachtingen voor de industrie

Vanwege het open karakter van onze economie en het grote aandeel van de industrie in de export zijn de te verwachten ontwikkelingen binnen de internationale concurrentieverhoudingen in hoge mate bepalend voor het toekomstperspectief van de Nederlandse industrie. Het is in dit verband dan ook goed hier even bij stil te staan.

Ten einde dit toekomstperspectief te kunnen plaatsen binnen een normatief referentiekader is teruggegrepen op de in 1980 neergelegde hoofdlijnen van een anticiperend structuurbeleid. De discussies die nadien hebben plaatsgevonden over de te voeren industriepolitiek hebben immers vooral geleid tot een nadere concretisering in de vorm van technologiebeleid. De toenmalige analyses van de industriële produktiestructuur en de aan de hand daarvan gestelde diagnose hebben hun geldigheid volledig behouden. Het lijkt dan ook zinvol de prognoses over de industrie op middellange termijn (1990) in te passen in het toentertijd geformuleerde anticiperende herstructureringsbeleid.

De industrialisatie in Nederland is van relatief jonge datum. In vergelijking tot de traditionele industrielanden (Bondsrepubliek Duitsland, Groot-Brittannië, de VS en Japan) gaf dit – via de voorsprong van de achterstand – de mogelijkheid ten opzichte van deze landen een relatief gunstige positie te kiezen. Het ziet er echter naar uit dat Nederland – als kleiner ontwikkeld land – nu in een soortgelijke positie dreigt te komen verkeren ten opzichte van de NIC's ('Newly Industrialising Countries'). In relatie tot de NIC's zal voor Nederland naar verwachting de wet van de remmende voorsprong actueel worden ³⁰. Een verslechtering van de export in combinatie met een toenemende importpenetratie moet – indien onvoldoende op deze ontwikkeling wordt ingespeeld – dan ook niet uitgesloten worden geacht ³¹. De oplossing lijkt gelegen in een anticiperend structuurbeleid met de volgende hoofdelementen ³²:

- een technologische en markttechnische herstructurering van onze huidige exportindustrieën (chemie en aardolie); vooral energiebesparing is hier belangrijk;
- een afremming van de buitenlandse penetratie op de Nederlandse markt, gekoppeld aan een algemene vergroting van de export. Hier wordt genoemd het revitaliseren van de bedrijfsklasse textiel, kleding, schoeisel, waar het mkb een groot aandeel in heeft. De revitalisering moet vooral gericht zijn op markten met afzetverlies aan de industrië-

³⁰ WRR, op. cit. (1980), blz. 29.

³¹ Nederland Economisch Instituut, *Herstructurering, herstructureringsbeleid en ontwikkelingssamenwerking; Een analyse van de handel in industriële producten tussen Nederland en ontwikkelingslanden; Eindrapporten 1 en 2*; Rotterdam, Nederlands Economisch Instituut, 1979.

³² WRR, op. cit. (1980), blz. 35.

le landen en zonder comparatieve voordelen voor de NIC's. Ook wordt de mogelijkheid van dynamische imports substitutie vermeld, waarmee wordt bedoeld een gelijktijdige vergroting van de concurrentiekracht op de binnenlandse markt ('home spun growth') als wel op de buitenlandse markt ('export-led growth'). Deze actie zou vooral gericht moeten zijn op de metaal, de equipmentsector (machines, motoren en elektrotechnische apparatuur). Ook hier speelt het mkb een belangrijke rol. Een belangrijk uitgangspunt voor een anticiperend structuurbeleid dient ook te zijn het gegeven dat de afzetstagnatie in de tweede helft van de zeventiger jaren in hoge mate werd veroorzaakt door tegenvallende exportprestaties. De teleurstellende ontwikkelingen bij de export waren onder meer het gevolg van de relatief zwakke positie van Nederland op de snelst groeiende goederengroep in de internationale handel – die van de industriële producten – alsmede een te eenzijdige gerichtheid op West-Europa, waar de groei slechts zeer matig was.

Bij de overwegingen betreffende herstructurering van de Nederlandse industrie dienen de comparatieve voordelen goed in het oog te worden gehouden. Uit onderzoek blijkt dat ³³:

- ten opzichte van de *ontwikkelde* landen Nederland voornamelijk comparatieve voordelen heeft in goederen met een hoge natuurlijke hulpbronnenintensiteit, voornamelijk via binnenlandse toelevering uit de landbouw en delfstoffenwinning;
- in vergelijking met de *ontwikkelingslanden* het comparatief voordeel voor Nederland is gelegen in goederen met een hoge scholingsintensiteit (uitgedrukt in het percentage werknemers met middelbare of hogere opleiding in een sector).

Bij de op de export gerichte productie van goederen met een hoge hulpbronnenintensiteit speelt het mkb slechts een bescheiden rol. Meer mogelijkheden lijken te liggen in de industriële goederen met een hoge scholingsintensiteit. Met name door zich toe te leggen op zeer gespecialiseerde producten – gericht op het industrialisatieproces van de ontwikkelingslanden – zou een relatieve verbetering van de Nederlandse positie kunnen plaatsvinden ³⁴.

In het Centraal Economisch Plan 1986, waarin opgenomen de Nederlandse economie in 1990, zegt het CPB dat 'in de ongunstige ontwikkeling van de industrie in de jaren 1973/'83 – een zwakke produktiegroei, slechte winstgevendheid, scherp dalende werkgelegenheid – sinds kort (1984) een keer ten goede is gekomen die zich naar verwachting ook in de komende jaren zal voortzetten' ³⁵. Als oorzaken worden aangegeven een gunstige vraagontwikkeling – vooral vanuit het buitenland – en de loonkostenmatiging. De winstgevendheid is daardoor sterk verbeterd; de AIQ daalde van 91,5 in 1983 naar 76,5 in 1986, terwijl voor 1990 een niveau van 74,5 wordt verwacht. Hierdoor kunnen de investeringen en de onderzoeks- en ontwikkelingsuitgaven toenemen, hetgeen weer versterkend werkt op de concurrentiepositie ³⁶. Positieve effecten gaan eveneens uit van de grotendeels voltooide sanering van de textiel-, kleding- en schoeiselinindustrie (veel mkb), de scheepsbouw, alsmede de metaalproductie- en machinebouwindustrie (beiden veel mkb). Na twintig jaar kon in 1985 voor het eerst weer een positieve werkgelegenheidsontwikkeling worden geconstateerd van 1%; een ontwikkelingstempo dat ook voor de middellange termijn is voorzien. De ontwikkelingen voor het

³³ Centrum voor ontwikkelingsprogrammering, Erasmus Universiteit Rotterdam, 'Comparatief voordeel en de Nederlandse industrie'. Voorstudies en achtergronden, WRR, 's-Gravenhage, 1980.

³⁴ WRR, *op. cit.* (1980), blz. 51, 52.

³⁵ Centraal Planbureau, *Centraal Economisch Plan 1986*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1986, blz. 275.

³⁶ Zie ook J.M.C. Tuyl, *R&D en het concurrentievermogen van de Nederlandse industrie*; Rotterdam, Erasmus Universiteit, Instituut voor Economisch Onderzoek, 1986.

industriële midden- en kleinbedrijf stemmen in grote lijnen overeen met het voor de gehele industrie geschetste beeld ³⁷.

Zoals eerder is geconstateerd werd de teleurstellende afzetontwikkeling in het verleden in hoge mate bepaald door een tegenvallende export. Oorzaken hiervan waren een te eenzijdige geografische gerichtheid (West-Europa) en een niet optimaal goederenpakket (te weinig industriële goederen). Het voorgestelde herstructureringsbeleid, dat méér beoogt dan het behalen van voordelen op de korte termijn, streeft naar verbetering in deze situatie. Voor een inschatting van de bestendigheid van de aangegeven ontwikkelingen op de wat langere termijn zullen de oorzaken van de gesignaleerde keer ten goede nader worden bekeken.

Allereerst de *geografische component*. Voor de periode 1986-1990 is een totale stijging van de wereldhandel voorzien van 5,5% per jaar. Vooral de Europese landen zullen naar verwachting hun invoer sterk vergroten, terwijl ook Japan, Canada en de rest van de wereld, met uitzondering van de VS en de OPEC, geacht worden meer te importeren. Bovendien vinden de ontwikkelingslanden baat bij de olieprijsdaling waardoor hun schuldenproblematiek minder knellend wordt. De voorziene ontwikkelingen bieden kansen, maar ook bedreigingen. Enerzijds ligt het accent van de groei op West-Europa, hetgeen vooral gunstig is voor het mkb met zijn sterke gerichtheid op West-Duitsland en België. Anderzijds leidt dit voordeel wellicht tot een volharding in onze eenzijdige geografische gerichtheid van de export. De druk om nieuwe exportmarkten te betreden – met name die van de zich industrialiserende ontwikkelingslanden – zal op middellange termijn niet groot zijn, terwijl de noodzaak hiervan op de lange termijn, met het oog op de gewenste bijdrage van de industrie aan de economische groei en de werkgelegenheid, wel degelijk aanwezig is. Voor het exporterende midden- en kleinbedrijf komt hier nog bij de verwachte positieve ontwikkeling van de binnenlandse bestedingen, waardoor – zoals is gebleken in het verleden – de druk om te exporteren afzwakt en daardoor kansen dreigen te blijven liggen.

Het tweede aspect dat van belang is voor de beoordeling van de bestendigheid van de voorziene exportgroei betreft de *samenstelling van het exportgoederenpakket*. Vanuit de invalshoek van de concurrerende uitvoer van de OESO-landen heeft het Centraal Planbureau mutaties in dit pakket geanalyseerd ³⁸. De Nederlandse export bestaat voor bijna de helft uit niet-industriële goederen (landbouwproducten, voedingsmiddelen, energie); voor alle OESO-landen samen is dit maar een kwart. Binnen het Nederlandse industriële exportgoederenpakket ligt de waarde van chemische producten, machines en transportmiddelen alsmede technisch laagwaardige eindproducten en halffabrikaten, elk voor zich bij benadering in dezelfde orde van grootte. In het OESO-exportpakket van industriële goederen zijn machines en transportmiddelen veruit het belangrijkste, gevolgd door de technisch laagwaardige eindproducten en halffabrikaten; chemische producten zijn van relatief ondergeschikte betekenis. Op de middellange termijn wordt verwacht dat de groei van de industriële uitvoer vanuit Nederland die van de OESO-landen zal overtreffen. Dit geldt voor elk van de drie onderscheiden goederencategorieën. De sterkste groei wordt verwacht bij de machines en transportmiddelen, gevolgd door de chemie, terwijl de technisch laagwaardige producten slechts een matige groei vertonen. Gelet op onze comparatieve voordelen betekent dit een adequate ontwikkeling. Ook het midden- en kleinbedrijf in de machine-industrie, de metaalproductenindustrie alsmede de textiel-, kleding- en schoenenindustrie kan hiervan profiteren. Naar het zich laat aanzien zijn de eerste tekenen van een beleid gericht op revitalisering van de zogenaamde gevoelige sectoren (textiel, kleding, schoeisel)

³⁷ Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, *Het midden- en kleinbedrijf in 1985 en 1986 en vooruitzichten voor 1986-1990*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, 1986.

³⁸ Centraal Planbureau, *op. cit.*, blz. 277 en 278.

reeds zichtbaar. Hetzelfde kan worden gezegd van de exportcomponent van een tweesporenbeleid dat is afgestemd op dynamische importsubstitutie met betrekking tot de equipmentsector ('export-led growth').

Dynamische importsubstitutie impliceert ook een vergroting van het binnenlands marktaandeel ('home spun growth'). Op de middellange termijn ziet het er naar uit dat het tempo van de invoerpenetratie – vooral hoog in de jaren zestig en zeventig – belangrijk zal teruglopen. De positieve effecten van de verwachte toename van de beschikbare inkomens zullen zorg dragen voor een aanzienlijk herstel van de door de industrie voortgebrachte consumptiegoederen, waarmee ook het midden- en kleinbedrijf in de voedingssector, de metaalindustrie en de textiel-, kleding- en schoeiselandindustrie zijn voordeel kan doen. Een deel van de koopkrachtstijging zal echter naar alle waarschijnlijkheid weglekken naar het buitenland, omdat consumptiegoederen met een hoge inkomenselasticiteit (elektronika), waarvan de bestedingsomvang in de komende jaren zeker zal toenemen, gekenmerkt worden door een relatief hoge importquote. De voorziene verbetering van de winstgevendheid leidt tot een toename van de afzet van investeringsgoederen. Ook hier wordt – als gevolg van een verbeterde concurrentiepositie – een afzwakkende invoerpenetratie voorzien. Het is vooral het mkb in de machine-industrie dat hierdoor zijn binnenlandse afzet ziet toenemen. Ook voor de intermediaire leveringen ten slotte, is de verwachte ontwikkeling gunstig. Invoerpenetratie speelt hier van oudsher niet zo'n grote rol. Het industriële mkb kan hier over een breed front de vruchten van plukken.

3.4 Export

Na een periode van ruim vijftientig jaar teruglopende winstgevendheid, zijn de winstmarges van de industriële export sedert 1977 weer toegenomen. Het aantal exporterende industriebedrijven is groeiend; een ontwikkeling waaraan ook de tot voor kort achterblijvende binnenlandse bestedingen debet zijn ³⁹.

De betekenis van de export voor de economische groei en werkgelegenheid is evident; zeker voor de industrie met een exportquote van ruim 50% ⁴⁰. De jongste exportnota's vermelden exportvergroting dan ook als een belangrijke beleidsdoelstelling. Met name het exportpotentieel van het midden- en kleinbedrijf wordt groot geacht ⁴¹. Deze verwijzing naar de exportpotenties van het midden- en kleinbedrijf stoelt op het gegeven dat in 1981 76% van de industriële bedrijven niet rechtstreeks exporteerde en dat slechts 4% van de bedrijven verantwoordelijk was voor 85% van de industriële export. Van het kleinbedrijf bleek slechts 12% zelf produkten af te zetten in het buitenland, terwijl dit percentage voor de middelgrote en grote industriële ondernemingen opliep tot respectievelijk 45 en 84 ⁴². Inmiddels (1985) is het aandeel der niet rechtstreeks exporterende industriebedrijven gedaald naar 72%. De toename van het aantal exporterende bedrijven moet vooral worden gezocht in het middenbedrijf (van 45 naar 52%). Ook het kleinbedrijf ontwikkelde zich op dit punt positief (van 12 naar 15%). Al met al exporteert het industriële midden- en kleinbedrijf thans bijna 30% van zijn afzet (20 miljard gulden). Het zijn vooral de bedrijven in de metaalnijverheid (8 miljard gulden), de voedingsmiddelensector (6 miljard gulden), de petrochemische industrie (3 miljard gulden) en de textiel-, kleding- en lederindustrie (2,5 miljard gulden) die zorg dragen voor de export. Vanwege de al zeer grote exportgeneigdheid bij het grootbedrijf kunnen daar natuurlijk geen

³⁹ W.H.J. Verhoeven, *Het exportgedrag van het midden- en kleinbedrijf*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985, blz. 16 en 17.

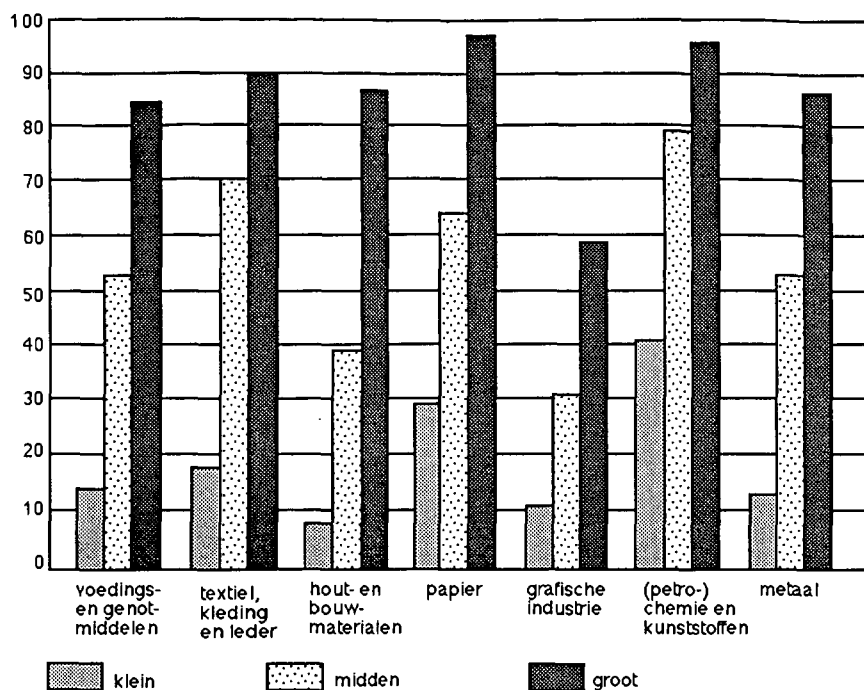
⁴⁰ Centraal Bureau voor de Statistiek, *Nationale Rekeningen 1985*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1985.

⁴¹ Ministerie van Economische Zaken, *Exportnota, 1982*, en *Exportnota, 1983*, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij.

⁴² Vereniging van Kamers van Koophandel en Fabrieken, *Het bedrijfsleven in Nederland*; Enquête Regionale Bedrijfsontwikkeling 1981, Gouda, Twigt, 1981.

spectaculaire ontwikkelingen meer worden verwacht (84% wordt 85%)⁴³. Grafiek 3.4 geeft het percentage exporterende industriële bedrijven naar bedrijfs- en grootteklasse weer.

Grafiek 3.4 Percentage direct exporterende bedrijven in de industrie, 1985



Bron: Vereniging van Kamers van Koophandel en Fabrieken. *Het bedrijfsleven in Nederland*; Enquête Regionale Bedrijfsontwikkeling 1985.

Overigens dient te worden bedacht dat een deel van de achterblijvende exportprestaties van het midden- en kleinbedrijf in vergelijking tot het grootbedrijf alleszins verklaarbaar en structureel van aard is. Allereerst zal een groot bedrijf eerder tegen de beperkingen van de afzetmarkt van een thuisland aanlopen dan een kleinbedrijf. De hogere exportquote van het grootbedrijf zegt dus op zichzelf niets over een verschil in kwaliteit, prijs of commerciële slagvaardigheid. Daarnaast hebben kleine bedrijven in het algemeen minder middelen – in termen van kennis, specialisatie van management, financiën, risicodekking en dergelijke – voor het zelf verzorgen van de export. Samenwerken met anderen is dan ook een voor de hand liggende oplossing. Indirecte export wordt met name in het kleine industriële bedrijf aangetroffen. Deze kan diverse vormen aannemen: ‘piggy-back’ export (eenzijdig gebruiken van bestaande distributiekanaalen), ‘joint-selling’ (gebruiken van elkaars verkooporganisaties), exportcombinaties, groothandel en dergelijke. Het indirecte deel van de industriële export wordt geschat op 15 à 20%. Het kleinbedrijf exporteert naar schatting circa 6% van zijn afzet via andere bedrijven; 9% van de afzet wordt rechtstreeks geëxporteerd⁴⁴.

Terugkerend naar de exportgroei kan worden vastgesteld dat deze op twee manieren kan worden gerealiseerd. Enerzijds kunnen exporterende bedrijven hun inspanningen op de buitenlandse markten vergroten, anderzijds zouden ook meer bedrijven kunnen worden ingeschakeld. Gelet op het grote aandeel van de niet rechtstreeks exporterende bedrijven lijkt het zinvol te kiezen voor laatstgenoemde strategie. Het vergroten van het percentage exporterende bedrijven zou met name in de industrie neer-

⁴³ Vereniging van Kamers van Koophandel en Fabrieken, *Het bedrijfsleven in Nederland*; Enquête Regionale Bedrijfsontwikkeling 1985, Gouda, Twigt, 1985.

⁴⁴ Verhoeven, *op. cit.*, blz. 25.

komen op het bevorderen van de export door het midden- en kleinbedrijf. De vragen, die dan beantwoord moeten worden zijn:

- welke factoren verklaren de, in vergelijking tot het industriële grootbedrijf, relatief geringe directe exportprestaties – het exportgedrag – van het midden- en kleinbedrijf?
- welke instrumenten staan ten dienste om deze knelpunten (exportproblemen) te bestrijden?

Voor de beantwoording van deze vragen is in belangrijke mate gebruik gemaakt van een recente EIM-studie op dit terrein⁴⁵. In deze studie is, naast het uitvoeren van eigen analyses, uitvoerig gebruik gemaakt van zowel nationaal als internationaal onderzoek naar exportgedrag en -problemen. Hier wordt volstaan met het weergeven van de hoofdconclusies, zonder verwijzing naar alle achterliggende bronnen. De EIM-studie kan hiervoor worden geraadpleegd.

Indien wordt gevraagd naar het *waarom* van de export, dan is de belangrijkste constatering dat bij veel ondernemingen geen sprake is van een bewuste keuze of doelstelling. Van marketing kan bij deze ondernemingen derhalve nauwelijks worden gesproken. Meestal gaat het om gelegenheidsexport in situaties waarbij tijd en capaciteit over zijn, op de thuismarkt overtollige produkten moeten worden geloosd of er een toevallige vraag uit het buitenland komt.

Voor de meer bewust en systematisch exporterende bedrijven zijn de motieven meestal gelegen in het produkt (specialiteit, kosten- of prijsvoordeel) en de markt (te kleine thuismarkt, vraag in het buitenland).

Bij de vraag *welk produkt* wordt geëxporteerd en het waarom van deze keuze, blijkt het reeds beschikbaar zijn van een eigen uniek produkt centraal te staan. Dit geldt voor vrijwel alle grootteklassen van bedrijven. Alleen bij de allergrootste bedrijven speelt de beschikbaarheid van een uniek produkt veel minder een rol. Daar gaat het meer om de beschikbaarheid van goede afzetkanalen, de omvang van de exportmarkt, rechtszekerheid en politieke stabiliteit in die markt. Het ontbreken van een uniek produkt wordt ook vaak opgegeven als argument om niet te exporteren, naast hoge transportkosten en het ontbreken van capaciteit.

Ruim de helft van de exporterende bedrijven heeft vanaf het moment waarop men begon te exporteren met *problemen* gekampt. Een gebrekkige kennis op een zeer breed terrein (afzetmarkten en -kanalen, financiële afwikkeling, technische afwikkeling, talen, contracten, voorschriften) voert daarbij duidelijk de boventoon. Daarna volgen problemen van te lopen risico's (rechtszekerheid, wisselkoers, betalingsmoraal), een overdaad aan procedures (papieren rompslomp, kwaliteits- en keuringseisen, douanebepalingen) de transportkosten en de financiering. Het kennisprobleem speelt vooral bij de kleinere bedrijven en weegt daar van alle problemen vaak ook het zwaarst.

Bij de vraag naar de *wijze waarop export* zou kunnen worden gerealiseerd of bevorderd dachten de ondernemers vooral aan individuele acties; men wil het allemaal zelf doen. Het hoogst (bijna de helft) scoorden persoonlijke promotie en folders, gevolgd door het plaatsen van advertenties of het samenstellen van een catalogus. In een derde van de gevallen werd gedacht aan promotie door een agent. Het deelnemen aan beurzen kwam pas daarna, terwijl het participeren in een Nederlandse exportcombinatie zeer laag scoorde. Uiteraard speelt het soort produkt een rol bij de te kiezen strategie om tot export over te gaan of deze te vergroten.

Het geheel overziend kan worden geconcludeerd dat de relatief geringe exportprestaties van het industriële midden- en kleinbedrijf slechts ten dele structureel van aard blijkt te zijn, tenzij men het ontbreken van een marketingbeleid als structureel zou willen bestempelen. Een accentver-

⁴⁵ *Exportierend midden- en kleinbedrijf in de industrie en groothandel*; door Th. van den Berg, J. van Elk, B. Nooteboom e.a., Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986.

schuiving van gelegenheidsexport naar een meer systematische aanpak en van een fixatie op het eigen produkt naar exportmarketing moet, mits de juiste middelen worden gehanteerd, tot de mogelijkheden behoren. Het kennisprobleem, alsmede een belangrijk deel van de overige genoemde knelpunten, zou kunnen worden aangepakt door stimulering van de indirecte export vanuit het kleinbedrijf alsmede door het opstarten van voorlichtingscampagnes en dergelijke bij het industriële middenbedrijf. Het gaat hier uiteraard om accenten. Stimulering van de indirecte export kan waarschijnlijk het best worden gerealiseerd door langs twee sporen te opereren en wel door zowel kleine industriële bedrijven als groothandelsbedrijven, handelshuizen en dergelijke te attenderen op de nog braak liggende exportmarkten.

Alvorens suggesties te doen in de richting van het beleid lijkt het goed het huidige overheidsbeleid met betrekking tot de export eens nader te bekijken. Van belang is vast te stellen dat de invloed van de overheid op de export slechts beperkt kan zijn. Mulder zegt hierover: 'De (fluctuerende) ontwikkeling van de wereldhandel, met grote consequenties voor de Nederlandse export, moet daarom als een exogene, niet te beïnvloeden factor beschouwd worden. Voor het exportbeleid houdt dit in dat de absolute omvang van de export geen doelvariabele kan zijn'⁴⁶. Anders is het gesteld met het exportaandeel op de voor Nederland van belang zijnde markten. Afgezien van de slechts beperkte of indirecte invloed die de Nederlandse overheid kan uitoefenen op wisselkoersen en de liberalisatie van de internationale handel, lijken er vanuit het nationale kader meer mogelijkheden te liggen. Aanknopingspunten hiervoor kunnen worden ontleend aan de Rijksbegroting⁴⁷. Uit hoofde van twee begrotingsposten trekt Economische Zaken geld uit voor exportbevordering, en wel voor de Regeling Stimulering Exportactiviteiten 1984 en Exportpromotie. Daarbij valt op dat de overheid steeds minder gelden beschikbaar stelt voor eerstgenoemde regeling (Stimulering Exportactiviteiten); terwijl hier in 1985 nog 94 miljoen gulden aan werd gespendeerd, wordt in 1986 gestreefd naar 60 miljoen en voor 1987 is slechts 49 miljoen gulden geraamd. In drie jaar tijd is de financiële bijdrage van de overheid aan deze regeling nagenoeg gehalveerd. Dit is met name ten koste gegaan van de exportsteun voor kapitaalgoederen, welke in 1987 10 miljoen minder zal bedragen dan in 1986. De begrotingspost voor Exportpromotie blijft redelijk stabiel; in 1986 38 miljoen gulden en in 1987 39 miljoen. Opvallend is wel dat een kleine bezuiniging plaats vindt op de bijdragen aan de Nederlandse Kamers van Koophandel in het buitenland. Met deze bijdrage beoogt de overheid met name exportstimulering door middel van marktverkenning, het organiseren van jaar- en vakbeurzen in het buitenland en dergelijke. Daarnaast speelt nog ten nadele van de exportstimulering door de overheid het streven om de exportkredietverzekering kostendekkend te maken door verandering in de premieheffing en het dekkings- en acceptatiebeleid⁴⁸. Ten slotte is een zekere matiging beoogd met betrekking tot de regeling Gemengde kredieten (ontwikkelingshulp in combinatie met exportactiviteiten), welke voor rekening komt van de begroting van Ontwikkelingssamenwerking.

Hoe verhoudt de gesignaleerde afnemende rol van de overheid bij exportstimulering zich nu tot:

- de in eerdere exportnota's neergelegde wens het braakliggende exportpotentieel van het industriële midden- en kleinbedrijf aan te boren;
- de gesignaleerde knelpunten bij het midden- en kleinbedrijf ten aanzien van exportmarketing en kennis?

⁴⁶ M. Mulder, *Concept-advies Exportbeleid voor het midden- en kleinbedrijf*; 's-Gravenhage, Raad Midden- en Kleinbedrijf, december 1986.

⁴⁷ Ministerie van Economische Zaken, *Rijksbegroting voor het jaar 1987*, Tweede Kamer, vergaderjaar 1986-1987, 19 700, hoofdstuk XIII.

⁴⁸ W.N. van den Burgh en R.E. Wessels, 'Exportkredietgaranties van de overheid'; *Economisch Statistische Berichten*, 12 maart 1986 jaargang 71.

Voor wat betreft het *exportpotentieel* is het van belang de aandacht gericht te houden op de comparatieve voordelen ten opzichte van ontwikkelingslanden, welke zijn gelegen in goederen met een hoge scholingsintensiteit, zoals kapitaal- of investeringsgoederen. Een van de belangrijkste exporteurs in het midden- en kleinbedrijf is de machine-industrie (50% van de afzet) welke zich, naast intermediaire goederen, richt op investeringsgoederen. Een sterk terughoudend beleid ten aanzien van de exportstimulering van kapitaalgoederen in combinatie met een gematigd beleid bij met ontwikkelingshulp samenhangende exporttransacties (gemengde kredieten) spelen niet in op kansen voor een verder herstel van de industrie in het algemeen en de machine-industrie in het bijzonder.

De *knelpunten* die het exporterend mkb ervaart liggen, zoals gezegd, allereerst bij een te veel vasthouden aan een eigen uniek produkt (aanbodgericht denken in plaats van het voeren van een marketingbeleid). Daarnaast is er nog het gebrek aan kennis op een groot aantal terreinen. De begrotingspost Exportpromotie lijkt te kunnen inspelen op deze knelpunten. Met name de terughoudendheid ten aanzien van de bijdrage aan de Nederlandse Kamers van Koophandel in het buitenland valt in dit licht te betreuren. Een vergroting van deze bijdrage zou eerder op zijn plaats zijn, omdat juist de kleine en middelgrote industriebedrijven baat lijken te hebben bij een actieve rol van de Kamers. Zo blijkt uit een analyse van de deelnemers aan het Holland Trade System (HTS) – een faciliteit van de kamers van koophandel waarbij buitenlandse handelsaanvragen gedistribueerd worden over de bedrijven die het gevraagde produkt en het land van oorsprong in hun exportprofiel hebben – dat de op export gerichte kleinere bedrijven niet of nauwelijks minder dan grote bedrijven gebruik maken van de faciliteiten die het HTS biedt⁴⁹. De handelsaanvragen worden verzameld en doorgezonden vanuit diverse posten in het buitenland, waaronder de bilaterale kamers van koophandel. Omdat juist kleinere exporterende bedrijven de specifieke kennis omtrent markten, produkten en kanalen ontberen, lijkt het HTS hier in een behoefte te voorzien. Stimulering van deze activiteit door de overheid zou derhalve op zijn plaats zijn. Hierbij kan worden gedacht aan zowel het geven van voorlichting, ten einde deelneming aan het HTS te vergroten, als het leveren van een (extra) financiële structuurversterkende bijdrage. Voor een nadere concretisering van deze voorstellen lijkt het verstandig eerst de resultaten af te wachten van een onderzoek naar de effectiviteit van het HTS, dat in 1987 zal worden gehouden.

3.5 Complementariteit van klein en groot

In discussies over het mkb wordt de relatie tussen het mkb en het grootbedrijf vaak onnodig bestempeld als een van felle concurrentie, waarbij te eenzijdig wordt benadrukt dat grootschalige productieprocessen bedreigend zouden zijn voor kleinschalige produktiewijzen. Hoewel deze zienswijze onmiskenbaar opgeld doet in de foodsector van de detailhandel, is hiervan veel minder sprake binnen de industrie. De afzetmarkten van grote industriële bedrijven zijn vaak oninteressant (of zo men wil onbereikbaar) voor de kleinere industriële bedrijven die juist vaak opereren op de inkoopmarkten van de grote ondernemingen. Een soortgelijke – onderling aanvullende en elkaar versterkende relatie – valt waar te nemen bij technologische vernieuwing. Research vindt meestal plaats in de laboratoria van de grote bedrijven; de toepassing echter – met andere woorden development – vindt naderhand veelal plaats in kleinere industriële bedrijven. Zowel op het terrein van de onderlinge leveringen, als bij de diffusie van innovatie is derhalve sprake van een zekere complementariteit tussen klein en groot, die tot uiting komt in netwerken van toe- en uitbestedingsactiviteiten en netwerken voor kennis-

⁴⁹ Th. van den Berg e.a. *op.cit.*, blz. 36.

overdracht. Vanwege het grote belang van deze netwerken voor de algehele versterking van de industriële infrastructuur zal hier in het vervolg van deze paragraaf afzonderlijk aandacht aan worden besteed.

3.5.1 Toelevering en uitbesteding

Op den duur lijkt een verandering van de industriële structuur te zullen optreden. De groei van het toeleveren en uitbesteden kan niet uitsluitend aan het herstel van de conjunctuur worden toegeschreven. Voor een belangrijk deel is dit ook het gevolg van een bewust daarop gericht bedrijfsbeleid. In de bedrijfsvoering is de aandacht in toenemende mate op de kernactiviteiten en op de productie op kleinere schaal gericht. Door specialisatie en kleinere productie-eenheden willen bedrijven flexibeler kunnen inspelen op veranderingen in de vraag⁵⁰. Daarnaast spelen echter ook kwaliteitsoverwegingen met betrekking tot het toe te leveren produkt en een betere kostenbeheersing en versterking van het management bij het kernbedrijf een rol bij deze overwegingen⁵¹.

Er zijn echter ook indicaties dat de toenemende aandacht voor kernactiviteiten een reactie vormt op de recessie. Terwijl zich voordien op vrij grote schaal allerlei integratieprocessen binnen de bedrijfskolom voordeden, is nu veel mee sprake van desintegratie. Vanuit de industrie bezien kan daarbij zowel sprake zijn van achterwaartse – toename uitbesteding – als van voorwaartse desintegratie (toename afzonderlijke handels- en vervoersfuncties). Het gesignaleerde fenomeen van een toenemende gerichtheid op kernactiviteiten is dus breder dan alleen maar uitbesteding en toelevering. Een geheel andere, maar eveneens relativerende kanttekening betreft de signalen dat het toenemen van samenwerkingsverbanden tussen grote en kleine ondernemingen – bij een aantrekkende economie – kan duiden op een groeiende geneigdheid ondernemingen over te nemen; samenwerken als voorloper van overname.

Ondanks de kanttekeningen bij het proces van toenemende verstrengeling van en wederzijdse afhankelijkheid tussen industriële productieprocessen is dit verschijnsel toch van groot belang voor de toekomst. De economische betekenis van veel kleine en middelgrote industriële bedrijven – en daarmee hun bijdrage aan de economische groei en werkgelegenheid – is vaak hierin gelegen. Anderzijds stelt deze ontwikkeling ook toenemende eisen aan dat deel van het midden- en kleinbedrijf.

Ten einde de onderlinge leveranties tussen industriële bedrijven enigszins te structureren is het nodig enkele begrippen te introduceren. Via een 'major-minor' benadering zullen de betrekkingen tussen de bedrijven worden toegespitst. Daarbij zal achtereenvolgens worden gekeken naar de *aard* van leveranties, de *markt* waarvoor deze bestemd zijn, alsmede de *motieven* voor intermediaire leveranties. Het vertrekpunt vormt het begrip intermediaire leveringen. Via de geschetste stappenbenadering komen we uit bij 'subcontracting', zijnde de vorm van intermediaire leveringen waarbij de complementariteit van kleine en grote industriële bedrijven het best tot zijn recht komt.

Met intermediaire leveringen wordt het deel van de (binnenlandse) productie bedoeld, dat wederom in het (binnenlandse) productieproces wordt verbruikt en derhalve niet het karakter heeft van een eindprodukt⁵². De intermediaire leveranties kunnen, gelet op *aard*, worden onderscheiden in grondstoffen, brandstoffen, diensten en halffabrikaten.

Voor de probleemstelling van deze paragraaf zijn met name de halffabrikaten van belang. Immers juist via dit type intermediaire leveranties

⁵⁰ Nederlandse Middenstands Bank, *De relatie tussen grote en kleine bedrijven in de industrie*; Amsterdam, NMB, 1985.

⁵¹ M.H.J.M. van Doorn, M.G.M. de Jong en E. Wever, 'Op eigen kracht verder; zelfstandiging in de periode 1977-1984'; *Economisch Statistische Berichten*, 5 november 1986 jaargang 71, blz. 1078-1082.

⁵² Centraal Bureau voor de Statistiek, *Nationale Rekeningen 1985 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1986*, blz. 18.

wordt het structurele karakter van de complementariteit zichtbaar. De beperking tot de halffabrikaten heeft als reden dat het industriële midden- en kleinbedrijf niet actief is aan de aanbodzijde van de grond- en brandstoffenmarkt. Met uitzondering van montage-, onderhouds- en reparatiewerkzaamheden, welke van belang zijn bij de tankbouw (SBI 343), de smederijen (SBI 349) en de fabricage van stoomketels (SBI 357), geldt dit in het algemeen ook voor de aanbodzijde van de dienstenmarkt.

Vervolgens is het *markt*criterium aan de orde. De halffabrikaten kunnen worden geproduceerd op eigen initiatief en naar eigen ontwerp zonder dat men een specifieke afnemer op het oog heeft; de aard van de afnemers is daarbij van weinig belang. Daarnaast zijn situaties denkbaar – en in de praktijk veel voorkomend – waarbij wordt geproduceerd op specificatie van een uitbestedend bedrijf. Het produceren op specificatie wordt in de literatuur vaak aangeduid met de term ‘subcontracting’. Onder subcontracting wordt een specifieke vorm van intermediaire leveringen verstaan, waarbij het toeleverende bedrijf – de subcontractor – op specificatie van het uitbestedende bedrijf bepaalde produktietaken uitvoert of speciale onderdelen produceert. Het kan daarbij gaan om zowel kwalitatief laagwaardige als om hoogwaardige produktietaken of onderdelen⁵³.

De *motieven* van uitbestedende bedrijven om tot subcontracting over te gaan kunnen uiteenlopen. Zo kan er sprake zijn van subcontracting waarbij het accent sterk ligt op *capaciteitstoelevering*, terwijl het in andere gevallen veel meer gaat om het *toeleveren van specialistische kennis*. Bij de capaciteitstoelevering is veelal sprake van een overeenkomst met een tijdelijk karakter, waarbij incidentele bezettingsproblemen van de uitbesteder moeten worden opgevangen. Anders ligt het bij die vorm van subcontracting waarbij het leveren van specialistische kennis voorop staat. Deze relaties hebben veelal een duurzaam karakter, omdat het gaat om activiteiten die niet zo goed passen in het productieproces van het uitbestedende bedrijf.

Toen in de aanhef van deze subparagraaf werd gewezen op te verwachten veranderingen in de industriële structuur, werd met name bedoeld op de toelevering op specificatie met een duurzaam karakter. Dit type toelevering vormt de kern van de complementariteit tussen klein en grote bedrijven. Dit neemt niet weg dat ook toeleveringsactiviteiten met een ad hoc karakter van betekenis zijn. Het gaat dan om een ontwikkeling waarbij sterk wordt ingehaakt op de behoefte aan flexibiliteit en specialisatie. Met name de productie van kleine series vergt vaak een afwijkende schaalgrootte benadering. Tevens is het van belang te onderkennen dat ook het leveren van halffabrikaten voor anonieme markten tot de belangrijke activiteiten van het industriële mkb behoort, van waaruit tevens een bijdrage wordt geleverd aan de versterking van de industriële infrastructuur.

Het kwantificeren van de markt voor subcontracting in de zin van toelevering op specificatie door het midden- en kleinbedrijf is geen eenvoudige zaak. Daarbij spelen drie problemen. Allereerst is de totale omvang van de intermediaire leveringen statistisch alleen bekend voor zover ze het binnenland betreffen; de export wordt statistisch niet verbijzonderd naar bestedingscategorieën. Het tweede probleem betreft het ontbreken van een verbijzondering van intermediaire leveringen naar aard van de leveranties, zodat de waarde van de leveranties van halffabrikaten niet bekend is. Ten slotte is er nog een kwalitatief probleem, namelijk het onderscheiden van capaciteitstoelevering en toelevering op specificatie. Desondanks is er toch een poging gewaagd tot kwantificering. De totale omvang van de intermediaire leveringen is geschat door uit te gaan van de veronderstelling dat de verdeling naar bestedingscategorieën van de binnenlandse afzet ook geldt voor de export. Vervolgens is – zoals reeds

⁵³ NMB, *op. cit.*, blz. 4.

eerder werd aangegeven – verondersteld dat grond- en brandstoffen alsmede diensten niet belangrijk zijn binnen het totaal van intermediaire leveranties door het midden- en kleinbedrijf. Uit het eerdergenoemde NMB-onderzoek kon worden afgeleid dat binnen de industrie subcontracting (toelevering op specificatie) vooral voorkomt in de rubber- en kunststofverwerkende en metaalproductenindustrie, waarmee het probleem van capaciteits- versus toelevering op specificatie kon worden ondervangen. De resultaten van onze schatting zijn vermeld in tabel 3.3.

Tabel 3.3 Subcontracting in de metaal-, rubber- en kunststofverwerkende industrie

Omschrijving	Afzet	Intermediaire leveringen			Subcontracting ^{a)}			
		Binnen-land	Export	Totaal	Absoluut	Relatief ^{d)}	Absoluut	Relatief ^{e)}
					Mln. gulden	%	Mln.gld.	%
Totaal, incl. grootbedrijf ^{b)}	73842	21142	30293	51435	70	18461	± 35	
w.v. midden- en kleinbedrijf ^{c)}	28202	11848	7526	19504	69	11281	± 60	

Bron: CBS, Nationale Rekeningen, raming EIM.

a) Toelevering op specificatie.

b) Cijfers over 1983.

c) Cijfers over 1985.

d) Ten opzichte van de afzet.

e) Ten opzichte van het totaal intermediaire leveringen.

De totale markt van subcontracting kan voor de metaal-, rubber- en kunststofverwerkende industrie te zamen worden geraamd op circa 18,5 miljard gulden (zie tabel 3.3). Het midden- en kleinbedrijf neemt hiervan het merendeel voor zijn rekening. Voor het overige deel van de industrie is subcontracting vermoedelijk ook nog van substantiële betekenis in de grafische industrie. Voor deze bedrijfsklasse wordt de waarde van de specialistische toelevering geschat op om en nabij 2,5 miljard gulden. Hiermee komt de totale markt van de industriële subcontracting op ongeveer 20 miljard gulden waarvan ruim 13,5 miljard gerealiseerd door het midden- en kleinbedrijf. Men dient wel te bedenken dat het hier zeer grove ramingen betreft met vrij grote onzekerheidsmarges.

Voor een goede oordeelsvorming over de betekenis van subcontracting moeten een aantal vragen worden beantwoord aangaande de mate van afhankelijkheid, de mate van meedenken in het productieproces, wie contracteert wie bij subcontracting, de ontwikkelingen en verwachtingen alsmede de ervaren knelpunten.

De kwestie van de mate van *afhankelijkheid* spitst zich toe op het aantal klanten per toeleverancier en het aandeel van de grootste klanten in de omzet. Uit onderzoek blijkt dat het met de zo vaak vermeende afhankelijkheid nogal meevalt. Kleine industriële bedrijven die zich in hoofdzaak toeleggen op toelevering blijken slechts voor 35% van hun omzet afhankelijk te zijn van grote uitbestedende bedrijven (meer dan 200 werknemers). Voor bedrijven die zich in mindere mate toeleggen op toeleveren ligt dit aandeel lager dan 30%. Tevens is slechts een op de acht kleine industriële toeleveranciers voor meer dan 70% van zijn intermediaire leveranties afhankelijk van de drie grootste afnemers; wordt dit criterium verlaagd tot 50% van de intermediaire omzet dan geldt dit voor een op de vier bedrijven. Ook het aantal klanten, afnemers per bedrijf, blijkt behoorlijk groot te zijn; gemiddeld 265 afnemers voor de kleine industriële bedrijven⁵⁴. Ander onderzoek dat

⁵⁴ *Ibid.*, blz. 5.

uitsluitend was gericht op toeleverende bedrijven in de metaalprodukten-industrie bevestigt dit beeld. Zo blijkt dat het merendeel der bedrijven in de metaalprodukten tussen de 50 en 1000 klanten heeft en dat het belang van de grootste klant varieert van 7 tot 45% van de omzet. Overigens concludeert deze studie op basis van dit onderzoeksresultaat tot een te grote afhankelijkheid; objectieve criteria ontbreken op dit punt. Een potentiële bedreiging voor de relatief geringe afhankelijkheid van toeleverende bedrijven schuilt echter wel in hun geringe zicht op de markt van eindprodukten; dit in tegenstelling tot hun bekendheid met de eindprodukten, welke groot blijkt te zijn ⁵⁵. Tabel 3.4 bevat hierover informatie.

Tabel 3.4 De bekendheid van toeleveranciers in de metaalproduktenindustrie met de eindprodukten en het zicht op de markt van die produkten

Bekendheid met de eindprodukten:				
	Niet of zeer beperkt	Ten dele	Grotendeels	Volledig
Aantal toeleveranciers	4	5	9	22
Zicht op de markt van die produkten en eventuele reactie:				
	Niet van toepassing	Geen weet	Waarnemen	Anticiperen
Aantal toeleveranciers	3	12	17	8

Bron: J.N. Bekker en G.W. Havranek, 'Commercieel beleid op basis van planning'; *Toeleveren en uitbesteden* nr. 31, 21 april 1986.

Slechts een beperkt deel van de toeleveranciers blijkt te anticiperen op veranderingen in de marktsituatie van eindprodukten (zie tabel 3.4). Dit gebrek aan marktinzicht is met name bedreigend voor de onafhankelijkheid of sterker nog voor het overleven van de subcontractor indien deze zich heeft toegelegd op het leveren van slechts één of enkele produktietaken, dan wel de massaproductie van enkele onderdelen. In dat geval is sprake van een zogenaamde 'jobber'. De Nederlandse industrie kent naar verhouding veel 'jobbers' ⁵⁶.

Voor de positie van de subcontractor maakt het nogal verschil in welke mate deze beschikt over de vrijheid om *mee te denken* bij de ontwikkeling en uitvoering van zijn in opdracht van de uitbesteders te verrichten produktietaken. Zo blijkt uit het eerdergenoemd onderzoek van Bekker c.s. dat voor de meeste der subcontractors in de metaalproduktenindustrie sprake is van een of andere mengvorm. Deze bedrijven hebben inbreng bij de ontwikkeling van het produkt van de uitbesteder, terwijl zij tegelijkertijd ook puur op specificatie produceren. Het uitsluitend op specificatie produceren komt nog al eens voor bij middelgrote, verspanende bedrijven. Slechts een minderheid van de bedrijven heeft de ontwikkeling en uitvoering van de productie volledig in eigen beheer, eventueel aangepast aan de wensen van de afnemers ⁵⁷.

Bij de vraag 'wie contracteert wie?' zijn er globaal twee hoofdvormen te onderscheiden. De situatie waarbij grote ondernemingen zich omringen met veel kleine toeleveranciers - veel voorkomend in de Verenigde Staten - is een verschijningsvorm, terwijl de Japanse situatie zich kenmerkt door een meer traspgevijs verloop van het toeleveren. De Nederlandse

⁵⁵ J.N. Bekker en G.W. Havranek, 'Commercieel beleid op basis van planning'; *Toeleveren en uitbesteden* nr. 31, 1986.

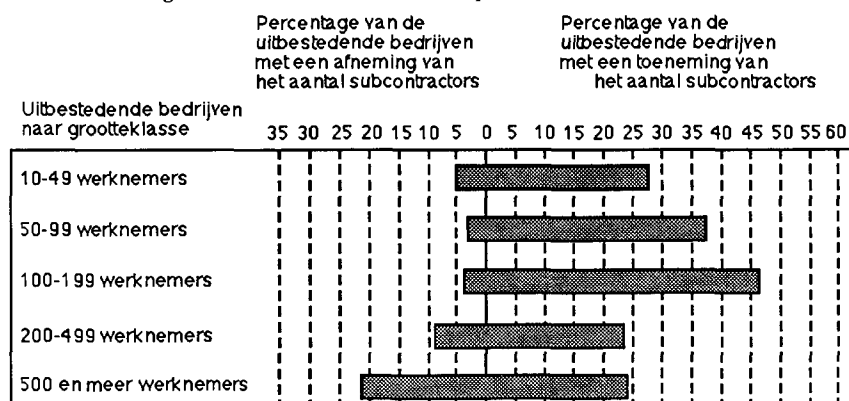
⁵⁶ NMB, *op. cit.*, blz. 15.

⁵⁷ J.N. Bekker e.a., *op. cit.*

situatie blijkt overeenkomsten te vertonen met die in Japan. Grote bedrijven (500 of meer werknemers) gunnen 60% van hun totale hoeveelheid uitbesteed werk aan ondernemingen met 50 of meer werknemers. Middelgrote uitbesteders (10-99 werknemers) daarentegen doen voor 75 à 80% van hun uitbestedingen een beroep op bedrijven met minder dan 50 personeelsleden⁵⁸. Bedacht dient wel te worden dat ook een relatief onbelangrijke uitbesteding door een groot bedrijf voor het toeleverende kleine bedrijf van groot gewicht kan zijn. Dit beeld wordt door Bekker bevestigd voor de metaalproduktenindustrie waar een concentratie op toeleveringsterrein wordt geconstateerd. Grote uitbesteders verkleinen hun bestand van toeleveranciers. Deze grote toeleveranciers zullen als zogenaamde hoofdaannemers direct contact blijven houden met de kleine subcontractors. Als redenen voor deze ontwikkeling worden opgegeven een betere efficiency bij de inkoop en een betere kwaliteitscontrole⁵⁹. Het is niet eenvoudig om de hier geschetste ontwikkeling naar een meer pyramide-achtige structuur van subcontracting – vanuit de optiek van de kleine toeleveraar – eenduidig als gewenst of ongewenst te kwalificeren. Enerzijds dreigt de kleine toeleveraar door een vergroting van de afstand tot de oorspronkelijke uitbesteder zijn toch al zwakke zicht op de markt voor eindprodukten geheel te verliezen. Anderzijds worden de krachtsverhoudingen tussen de twee contracterende partijen wellicht wat gelijkwaardiger. Dit kan gelden voor een breed scala van aspecten, variërend van vermogenspositie tot aan technologische know how en bedrijfscultuur.

De geconstateerde *toename* van het verschijnsel subcontracting, gemeen in het aandeel van de omzet, is meer dan alleen van conjuncturele aard (zie grafiek 3.5).

Grafiek 3.5 Het gebruik van subcontractors in de periode 1982-1984



Bron: Nederlandse Middenstands Bank. De relatie tussen grote en kleine bedrijven in de industrie, Amsterdam, 1985.

In ruim 80% van de gevallen is dit het gevolg van een bewust daarop gerichte strategie, samenhangend met een toenemende concentratie op de kernactiviteiten, de sterke kanten van het productieproces. Verwacht wordt dan ook dat de activiteiten in het kader van subcontracting zullen toenemen. Ook importsubstitutie kan daarbij een rol van betekenis spelen nu blijkt dat bijna de helft van de Nederlandse uitbestedende bedrijven van mening is dat buitenlandse subcontractors kunnen worden vervangen door Nederlandse. Daarnaast lijken zich bij de export – met name naar West-Duitsland en België – kansen voor te doen, omdat de grote uitbesteders daar van mening zijn dat Nederlandse subcontractors een goed alternatief kunnen vormen voor binnenlandse subcontractors. De potentiële omvang van de markt is dus groot⁶⁰.

⁵⁸ NMB, *op. cit.*, blz. 8.

⁵⁹ J.N. Bekker e.a., *op. cit.*

⁶⁰ NMB, *op. cit.*, blz. 7.

De industrie heeft soepel kunnen inspelen op de sedert 1982 weer aantrekkende vraag. Dit dankzij de aanwezigheid van een viertal omstandigheden, welke tevens voorwaarden c.q. mogelijke knelpunten inhouden met het oog op ontwikkelingen in de toekomst. Allereerst hebben de grote ondernemingen de noodzaak om *flexibel* te zijn 'afgewenteld' op het midden- en kleinbedrijf, dat op zijn beurt weer 75% van de subcontractingorders uitbesteedde. In een groot aantal gevallen heeft dit geleid tot een toename van het aantal *tijdelijke arbeidskrachten* met name bij toeleverende bedrijven. Daarnaast hebben toeleverende bedrijven soepel kunnen inspelen op de veranderende vraag door *flexibele productie-automatisering*. Binnen het netwerk van uitbesteders en toeleveranciers blijkt het gebruik van flexibele productie-automatisering (FPA) meer voor te komen dan bij de overige industriële bedrijven. Het kunnen beschikken over voldoende *financiële middelen* is een belangrijke voorwaarde om flexibel te kunnen produceren. Een voldoende rentabiliteit en solvabiliteit ten einde investeringen te kunnen financieren zijn van het grootste belang ⁶¹.

Er zijn indicaties dat door implementatie van FPA een verandering van het aantal en de aard van de toeleveranciers zal kunnen gaan plaatsvinden. Afname van het aantal onderdelen heeft als direct gevolg dat het aantal toeleveranciers afneemt. Ook het beleid van de grote uitbesteders gericht op vermindering van het aantal toeleveranciers zal een afname tot gevolg hebben. Door toepassing van FPA in het midden- en kleinbedrijf, in het bijzonder in de toeleverende bedrijven, is specialisatie van deze bedrijven mogelijk waardoor een hogere kwaliteit geleverd kan worden. Deze hogere kwaliteit zal uitbesteders doen besluiten om zo'n toeleverancier te gaan inschakelen bij de levering van onderdelen. De specialisatie kan tot uitdrukking komen zowel in de aard van de producten als in het type van de bewerking. Van belang is specialisatie en flexibiliteit binnen een bepaalde familie producten. FPA kan aldus tot gevolg hebben dat het aantal gespecialiseerde toeleveranciers toeneemt. Dit zullen echter voornamelijk de toeleveranciers zijn die de nieuwe technologieën en nieuwe materialen in hun productieproces introduceren en integreren, met andere woorden die innovatief bezig zijn. Er zal daardoor een vermoedelijke verschuiving gaan plaatsvinden van productie van laagwaardige onderdelen naar productie van hoogwaardige onderdelen; door specialisatie kan de rol van de toeleverancier een trendsettende in plaats van een volgende worden. Deze tendens valt al in de automobielindustrie te bespeuren.

Bij de grote ondernemingen is een duidelijke tendens naar vermindering van het aantal toeleveranciers te bespeuren met echter het accent op intensivering van de relatie. De snel veranderende markt vraagt een flexibel antwoord van de kant van de producenten. Deze flexibiliteit wordt door de grotere ondernemingen gezocht in het uitbesteden van onderdelen aan toeleveranciers, die wel aan een aantal eisen moeten voldoen. De toeleverancier wordt echter voor het inleveren van zijn vrijheid beloofd doordat er meer zekerheid op lange termijn wordt geboden en doordat er door de uitbesteder in de relatie wordt geïnvesteerd met betrekking tot samenwerken bij het produktontwerp en gebruik maken van kennis, vakmanschap en infrastructuur en dergelijke. Overigens toont onderzoek van de NMB aan dat het op dit moment met die, door de uitbesteder hoog opgegeven, kennisoverdracht nog sterk tegenvalt. Door zowel de toeleverancier als de uitbesteder wordt er wel de nadruk op gelegd dat de relatie dynamisch moet zijn en het niet wenselijk is dat er een situatie ontstaat zoals in Japan het geval is. Samenwerken moet op basis van concurrentie plaatsvinden en niet op basis van slaafs volgen van de opdrachtgever. Een goed commercieel beleid op basis van planning, in tegenstelling tot een te eenzijdige gerichtheid op het productieproces zelf,

⁶¹ *Ibid.*, blz. 11-13.

is dan ook een must voor het toeleverend midden- en kleinbedrijf.

De situatie op dit moment is nog zo dat de kwaliteit van de produkten van de toeleveranciers nog niet voldoet aan de hoge eisen van de uitbesteders. Ook is de levertijd nog te lang. De eerste stappen die daarom ondernomen worden is het verbeteren van de kwaliteit en de leverbetrouwbaarheid (in veel gevallen mogelijk door invoeren van vormen van FPA). In een later stadium komt het terugdringen van de leveringstermijn, met als uiteindelijk doel dat de ondernemingen per dag kunnen bestellen of zelfs capaciteit kunnen reserveren bij de toeleverancier⁶². Een punt van zorg vormt nog de relatie tijdelijke arbeidskrachten met subcontracting. Indien hier geen goede infrastructuur voor wordt ontworpen, bijvoorbeeld in vorm van arbeidspools met goede arbeidsvoorwaarden, zou het op termijn wel eens moeilijk kunnen worden de vereiste kwaliteit arbeid in te huren. Dit probleem lijkt des te meer te gaan klemmen nu de snel voortschrijdende ontwikkelingen steeds hogere eisen stellen aan het toeleveren, op straffe van 'shake out'.

3.5.2 *Innovatie*

De innovatieparagraaf vormt het sluitstuk van dit hoofdstuk. Hiervoor is bewust gekozen omdat innovatie wordt beschouwd als een noodzakelijke voorwaarde voor een goed functionerend mkb in het algemeen en meer in het bijzonder voor het welslagen van een beleid gericht op stimulering van export en toelevering. Immers alleen als het mkb er in voldoende mate in slaagt vernieuwingen te introduceren en nieuwe technologieën te absorberen – participeren in informatienetwerken – zal het in staat zijn met technisch hoogwaardige produkten de exportmarkten te bedienen en/of deel uit te maken van hoogwaardige toeleveringsnetwerken. Op deze wijze kan het mkb een bijdrage leveren aan de revitalisering en vernieuwing van de industriële structuur; ja sterker nog, een zich vernieuwend mkb is hiervoor een noodzakelijke voorwaarde. Daarnaast kan innovatie ook een belangrijke rol spelen bij het in positieve zin ombuigen van waardenoriëntaties met betrekking tot eerder genoemde negatieve aspecten van het industriële productieproces, zoals grootschaligheid/macht, milieuverontreiniging en de arbeidsinhoud die met name in de zeventiger jaren een groot deel van de jongeren ervan hebben weerhouden werk te zoeken in de industrie.

Desalniettemin lijkt enige relativisering van het fenomeen innovatie op zijn plaats. Immers onder invloed van de maatschappelijke discussie rond de revitalisering van de industrie dreigt innovatie als een panacee te gaan fungeren. Hier schuilt het gevaar dat innovatie te zeer als iets nieuws en bijzonders wordt gezien. Dat innovatie als begrip niet nieuw is moge blijken uit een citaat van Schumpeter (1939): '..., any doing things differently in the realm of economic life, all these are instances of what we shall refer to by the term of innovation'. Daarnaast heeft Schumpeter duidelijk gemaakt dat innoveren inherent is aan het ondernemen; waar hij immers onder verstaat 'das Legen neuer Kombinationen'. Innoveren dient voor een onderneming derhalve even gewoon maar ook even belangrijk te zijn als ademen voor levende organismen. Tot een van de karakteristieken van een modern bedrijf, ongeacht de aard van de productie of de bedrijfsomvang, behoort dan ook een strategie die gericht is op produkt- en procesvernieuwing, niet als incidentele activiteit, maar als continu zoekproces. De levensduur van produkten wordt steeds korter, zodat het denken over nieuwe produkten al moet zijn gestart bij het op de markt brengen van een voorgaand produkt⁶³.

⁶² S.C. Adolf en C.T.M. Stokman, *Vernieuwing in het industriële midden- en kleinbedrijf*; deelrapport in het kader van het project Innovatie en het MKB; Amsterdam, Universiteit van Amsterdam, oktober 1985.

⁶³ P.J. Kalf, *Nieuwe technologie voor het midden- en kleinbedrijf, modegril of noodzaak*; inleiding gehouden ter gelegenheid van het jaarcongres van het Koninklijk Nederlands Ondernemersverbond (KNOV), november 1986.

Ten slotte zij er nog op gewezen dat innovatie veelal vereenzelvigd dreigt te worden met technologische vernieuwing. Hoewel dit een zeer belangrijk aspect van vernieuwing kan zijn, is het goed te bedenken dat technologie slechts een hulpmiddel en geen doel is. Voortdurend zal afgewogen moeten worden welk onderdeel technologie vormt van het vernieuwingsproces. Daarbij zullen steeds niet-technologische aspecten als economische, organisatorische en sociale in de beschouwing moeten worden betrokken. Het kan dan om zaken gaan als aansluiting zoeken bij een exportcombinatie, versterking van het commercieel beleid, het reorganiseren van het produktieproces ten einde de arbeidsinhoud te verrijken, enzovoort.

In deze subparagraaf zal het zwaartepunt liggen op technologische innovatie met als exponent automatisering. De definitie in de Economische Structuurnota⁶⁴ en de Innovatienota volgend, wordt technische innovatie omschreven als 'de ontwikkeling en succesvolle introductie van nieuwe c.q. verbeterde goederen of produktieprocessen'⁶⁵.

Het op zich zelf onbepaalde begrip 'nieuw' kan worden geoperationaliseerd middels een indeling naar innovatiegraad: nieuw voor het bedrijf, nieuw voor de bedrijfstak, nieuw voor Nederland en tenslotte nieuw voor de wereld, de zogenaamde basisinnovaties⁶⁶. De innovaties zelf kunnen naar hun aard worden onderverdeeld in produkt- en procesinnovatie; combinaties van beiden zijn uiteraard ook mogelijk.

Kleinere ondernemingen zullen slechts zelden de rol van basisinnovator vervullen; hun onderzoeks- en ontwikkelingscapaciteit is daarvoor veelal te gering. Het zijn vooral de grote ondernemingen die zich veel onderzoeks- en ontwikkelingsinspanningen kunnen veroorloven. Overigens heeft Kleinknecht aangetoond dat met name de middelgrote industriebedrijven voor 50-75% aan enigerlei vorm van onderzoek en ontwikkeling doen⁶⁷. En in de ondernemingen met 10-19 werknemers waar onderzoek en ontwikkeling plaatsvindt, gebeurt dit minstens zo intensief als in grotere ondernemingen⁶⁸. Dat neemt niet weg dat basisinnovaties veelal plaatsvinden in grote ondernemingen. Dit houdt in dat diffusie van innovaties naar het mkb uiterst belangrijk is voor een zich vernieuwende industrie. Het is dan ook niet verwonderlijk dat één van de kernpunten van de gerichte inspanningen op vernieuwingsgebied – als onderdeel van het innovatiebeleid – zich toespitst op versterking en ondersteuning van kleine en middelgrote ondernemingen, met name op het gebied van snelle informatieoverdracht naar de bedrijven⁶⁹.

Voor het voeren van een gericht technologiebeleid is het daarom van groot belang inzicht te verwerven in de wijze waarop kleinere ondernemingen aan hun ideeën komen en die ideeën verwerken in nieuwe producten en produktieprocessen.

De Programmacommissie Economie/Technologie, onder voorzitterschap van Zegveld, heeft deze vraag opgenomen in haar meerjaren onderzoeksprogramma rond het project Technologiebeleid. In het vervolg van deze paragraaf zal onder meer in belangrijke mate worden gesteund op onderzoek dat in dit verband is uitgevoerd.

Hoe innovatief is nu het industriële mkb?

Recent onderzoek op dit punt geeft aan dat 40 à 50% van de kleine en middelgrote ondernemingen in de industrie aan vernieuwing heeft gedaan^{70, 71}. Aansluitend op het eerder genoemde onderzoek van

⁶⁴ *Economische Structuurnota*; 's-Gravenhage, Ministerie van Economische Zaken, 1976.

⁶⁵ *Innovatienota*; Tweede kamer zitting 1979-1980, 1585 nrs. 1-2.

⁶⁶ J.A.A.M. Kok, G.J.D. Offerman en P.H. Pellenbarg, *Innovatieve bedrijven in Nederland*; in Sociaal-Geografische Reeks nr. 32, Rijksuniversiteit Groningen, Groningen, 1984.

⁶⁷ A. Kleinknecht, *Innovatiepatronen in de Nederlandse industrie*; conceptrapport, Maastricht, 1984.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Innovatienota, op. cit.*

⁷⁰ Kok e.a., *op. cit.*; Kleinknecht, *op. cit.*

⁷¹ Hoogteyling, *Innovatie en Arbeidsmarkt*; Amsterdam, 1984.

Webbink naar de levenscycli van industriële sectoren is – eveneens in het kader van het project Technologiebeleid – onderzoek uitgevoerd naar diffusie van innovatie binnen de onderscheiden levenscycli⁷². Het onderzoek beperkte zich tot ondernemingen met minder dan 100 werkzame personen, verdeeld over een zestal industriële bedrijfspgroepen. Deze bedrijfspgroepen zijn zodanig gekozen dat per fase van de levenscyclus – variërend van zeer expansief tot sterk teruggaand – een voor het mkb relevante sector is genomen met, naar inzichten van het Studiecentrum voor Technologie en Beleid van het TNO, kansrijke activiteiten voor de nabije toekomst. Blijkens dit onderzoek is 63% van het industriële mkb innovatief, terwijl innovativiteit en innovatiegraad stijgt met de schaalgrootte.

Kijkend naar het *innovatietype* blijkt uit dit onderzoek dat procesinnovaties overheersen; slechts bij een op de vier innovaties blijkt sprake te zijn van nieuwe produkten. De combinatie van proces- en produktinnovatie neemt een tussenpositie in. Met het oog op de zo noodzakelijke diffusie is het van belang zicht te krijgen op de nieuwigheid, de *innovatiegraad*.

Van alle aangetroffen innovaties (proces en produkt te zamen) is 17% nieuw voor de wereld (basisinnovaties). Voor het merendeel gaat het hier om nieuwe produkten. Het overgrote deel van de vernieuwingen – en dat geldt met name voor de procesinnovaties – bereikt het mkb derhalve via diffusie.

Ten einde eventuele *belemmeringen* in het diffusieproces te achterhalen zijn innovatieve en niet-innovatieve bedrijven op een groot aantal kenmerken met elkaar vergeleken. Daarbij is gelet op bedrijfskenmerken, de markt waarop geopereerd wordt alsmede de wijze van informatieverging (samenwerkingskenmerken) en het soort informatie. Aldus kon het innovatieprofiel van een industriële onderneming worden samengesteld (zie schema 3.3).

Aan de hand van schema 3.3 kan de conclusie worden getrokken dat innovatieve ondernemingen vooral verschillen ten opzichte van hun niet-innovatieve collega's, doordat zij:

- directie en/of personeel hebben die gemiddeld hoger zijn opgeleid (minimaal hbo-niveau);
- veel meer extern georiënteerd zijn en zich met de toekomst (lange termijnplanning) bezighouden;
- opereren in groeiende markten, gekenmerkt door weinig concurrentie en veel export; het betreft hier veelal moderne sectoren in de groeifase van de levenscyclus;
- veel samenwerken met andere bedrijven en een hoge organisatiegraad kennen;
- vooral gebruik maken van formele informatiebronnen, zoals leveranciers, vakliteratuur, vakbeurzen en dergelijke en eigen beperktheid zien in de mate van geïnformeertheid.

De omstandigheden voor het tot stand komen van innovaties zijn derhalve het ongunstigst indien een onderneming actief is in de eindfase van de levenscyclus, beschikt over laag gekwalificeerde arbeid en geen deel uitmaakt van hoogwaardige toeleverings- en informatienetwerken. Bij de informatienetwerken spelen vooral de leveranciers een grote rol, waaronder met name de technische groothandel. Vermeldenswaard is nog dat de ondernemingen die zich in de neergaande fase van de levenscyclus bevinden weliswaar in mindere mate innovatief zijn, maar als ze innoveren dit dan vaak op een verrassende wijze doen. Vooral bij produkt- en procesinnovaties blijken deze bedrijven vaak met voor hun markt en branche radicale doorbraken (nieuw voor Nederland of nieuw voor de wereld) te komen. Deze bevinding ondersteunt in grote lijnen de door Webbink ge-

⁷² H.J. Docter, en C.T.M. Stokman, *Diffusie van innovaties, met kennis meer kans*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1987.

Schema 3.3 Innovatieprofiel van een industriële onderneming

Innovatief bedrijf	Niet-innovatief bedrijf
Bedrijfskenmerken:	
<ul style="list-style-type: none"> - moderne industrie - relatief groot - relatief jong - levert op basis van specificaties - werknemers hebben HBO of WO opleiding - directeur heeft HBO-opleiding - lange-termijnplanning 	<ul style="list-style-type: none"> - traditionele industrie - kleinere bedrijven - relatief ouder - minder klantgericht - werknemers met middelbare opleiding - directeur heeft middelbare opleiding - geen lange-termijnplanning
Marktenkenmerken:	
<ul style="list-style-type: none"> - sterk groeiende markt - veel export - weinig concurrentie - veel produktinnovaties op de markt - hoge organisatiegraad - hoge winstgevendheid 	<ul style="list-style-type: none"> - gerijpte markt - weinig export - felle concurrentie - weinig produktinnovaties op de markt - lage organisatiegraad - lage winstgevendheid
Samenwerkingskenmerken:	
<ul style="list-style-type: none"> - veel samenwerking binnen concern - zelfstandig beslissen bij innovatie - zelfstandige productie - veel samenwerking met andere bedrijven 	<ul style="list-style-type: none"> - weinig samenwerking binnen concern - niet zelfstandig beslissen bij innovatie - specifieke taak - weinig samenwerking met andere bedrijven
Informatiekenmerken:	
<ul style="list-style-type: none"> - vindt informatie over het produkt, productieproces en concurrentie relatief belangrijk - maakt gebruik van formele informatiebronnen: <ul style="list-style-type: none"> . leveranciers . vakliteratuur . beurzen . overige bronnen - ziet beperkingen in mate geïnformeerdheid - haalt extra informatie bij: <ul style="list-style-type: none"> . leveranciers . vakliteratuur . TH's, universiteiten . TNO . adviesbureaus - werknemers lezen veel vakliteratuur - werknemers gaan veel naar beurzen - werknemers volgen cursussen - werknemers gaan naar symposia - directeur volgt veel cursussen of gaat naar een symposium of congres 	<ul style="list-style-type: none"> - vindt informatie over grondstoffen en afzetmogelijkheden relatief belangrijk - maakt gebruik van informele informatiebronnen <ul style="list-style-type: none"> . afnemers . collega's . informele contacten - vindt zich voldoende geïnformeerd - haalt extra informatie bij: <ul style="list-style-type: none"> . leveranciers . vakliteratuur . TNO - werknemers lezen vakliteratuur - werknemers gaan naar beurzen - werknemers volgen soms cursus - werknemers gaan zelden naar symposia - directeur volgt wel eens cursussen of gaat wel eens naar een symposium

Bron: H.J. Docter en C.T.M. Stockman, *Diffusie van innovaties, met kennis meer kans*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1987.

trokken conclusie met betrekking tot de vernieuwende rol die kleine bedrijven spelen in de minder expansieve delen van de industrie (zie par. 3.3.2).

Zoals we hebben kunnen zien bestaat bijna de helft van de vernieuwingen in het mkb uit procesinnovaties. Een belangrijke exponent hiervan is natuurlijk de *automatisering*. Bij ruim de helft van de procesinnovaties in het mkb is alleen sprake van de aanschaf van een nieuwe machine. De qua belangrijkheid daar onmiddellijk opvolgende vernieuwingscategorie betreft echter (verdergaande) automatisering van de productie en aanschaf van een CNC-machine of robot ⁷³.

⁷³ H.J. Docter e.a., *op. cit.*, blz. 20.

Voor een zo breed mogelijke beeldvorming omtrent de penetratiegraad van automatisering in het mkb is het nuttig te onderscheiden naar:

- productieproces automatisering (zowel mechanisch als computer-gestuurd);
- automatisering van administratieve kant van het productieproces (voorraadadministratie, werkplanning e.d.);
- administratieve automatisering (financiën, personeelszaken e.d.);
- automatisering van transacties en dergelijke (in dit verband niet relevant).

Uit diverse onderzoeken (NIPO, CBS, AMRO) blijkt dat de mechanische automatisering van het productieproces over een breed front van sectoren en grootteklassen van de industrie is ingevoerd^{74, 75}. Alleen in de bedrijven met minder dan 20 werkzame personen in de kleding-, schoenen- en meubelindustrie alsmede de gehele metaalindustrie heeft 60-65% van de bedrijven geen enkele vorm van mechanische productie-automatisering. Computergestuurde productie-automatisering vindt, naast de gehele grafische industrie als koploper, eigenlijk alleen brede toepassing (40-55% van de bedrijven) in ondernemingen met 50 of meer werkzame personen. Een zelfde beeld geldt ten aanzien van de automatisering van de administratieve kanten van het productieproces en die van de administratie als zodanig; ook daar worden invoeringspercentages van 50% of meer alleen aangetroffen bij ondernemingen met 50 of meer werkzame personen. Overigens geven de kleinere ondernemingen wel te kennen bezig te zijn aan een inhaalmanoeuvre; de verwachte groeipercentages voor wat betreft de aanschaf van enigerlei vorm van automatiseringsapparatuur zijn daar hoog. Mogelijk dat flexibele productie-automatisering met name kansen biedt voor de kleine industriebedrijven met hun grote behoefte aan diversiteit en variatie van produkten en producteigenschappen. De hiertoe benodigde verdere formalisering en disciplineren van het bedrijfs- en arbeidsproces – eerst organiseren, dan automatiseren – zou daarbij wel eens een probleem kunnen vormen. Immers de in kleinschalige organisaties overheersende directe, aan persoonlijke relaties gebonden arbeidsprocessen dienen hiertoe soms juist ingrijpend te worden aangepast. Bovendien zijn de aanschafkosten van flexibele computergestuurde bewerkingsystemen nog zo hoog, dat ze voor kleinere bedrijven niet uit eigen vermogen zijn op te brengen⁷⁶.

De belangrijkste *motieven* om over te gaan tot (verdere) aanschaf van op automatisering gerichte apparatuur vormen het streven naar produktiviteitsverhoging en kostenverlaging (vooral producenten met een eigen produkt), kwaliteitsverbetering, flexibiliteitsvergroting en eisen gesteld door afnemers (vooral toeleverars). De *besluitvorming* rondom automatisering vindt veelal op informele basis plaats waarbij, naast bedrijfsinterne personen, vaak ook leveranciers of accountants en dergelijke betrokken worden. De inzet van computersystemen voor produktiedoelinden in het mkb heeft vaak een 'gereedschapachtig' karakter; het betreft meestal stand-alone apparatuur die min of meer multi-functioneel wordt gebruikt. De *introduktie* vindt meestal on-the-job en aan het systeem plaats, soms vooraf gegaan door korte cursussen. Er ontstaan nog al eens problemen omdat buiten de directe gebruikers te weinig overige personeelsleden bij de introduktie worden betrokken. De gevolgen van auto-

⁷⁴ E. Poutsma, A. Zwaard en P.M. van der Staal, *Automatisering, effecten voor het midden- en kleinbedrijf*; Zoetermeer/Delft, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf/Technische Universiteit Delft, december 1986.

⁷⁵ NIPO, *Automatisering in de fabriek*; Amsterdam, 1985.

Centraal Bureau voor de Statistiek, *Automatiseringsstatistieken, particuliere sector 1983*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1985.

AMRO-bank, *Doorbraak van de automatisering in het midden- en kleinbedrijf*; Amsterdam, 1985.

⁷⁶ E. Poutsma, P. Van der Staal en A. Zwaard, *Procesinnovatie middels automatisering in het midden- en kleinbedrijf*; Zoetermeer/Delft, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf/Technische Hogeschool Delft, 1986 (onderzoek uitgevoerd in opdracht van de WRR).

mativering voor de *taakhoud* van de betrokken medewerker liggen niet op voorhand vast; de techniek determineert niet a priori. De kwaliteit van de werknemer is vaak bepalend voor het gebruik van de machine. Indien technisch-economische innovatie gepaard gaat aan sociale innovatie is taakverrijking zeker niet uitgesloten^{77, 78}. Het vraagstuk spitst zich toe op de mogelijkheid en wenselijkheid van arbeidssplitsing. Bij 'stand-alone' configuraties liggen de effecten voor de arbeid in het verlengde van de gekozen vorm van de organisatie van de arbeid. In kleinere bedrijven blijven machinebedienings- en programmeertaken vaak gebundeld in één functie (taakverrijking), terwijl bij grotere bedrijven veelal sprake is van het afsplitsen van programmeertaken naar afzonderlijke functies. Bij de meer complexe systemen ontstaat ruimte voor een hooggekwalificeerde functie op het gebied van systeembeheer, ook in het mkb. Het hiervoor benodigde personeel wordt vrijwel uitsluitend intern geworven.

In het algemeen kan worden geconcludeerd dat vooral routinematige hand- en hoofdarbeid door de systemen worden overgenomen. Vervolgens wordt bij meer geïntegreerde systemen ook de meer complexe reken- en controle-arbeid overgenomen. Dit impliceert dat concrete taakveranderingen voornamelijk plaats vinden bij lagere en middelbare functies. Controletaken voor het beheer van de apparatuur en de gegevens, alsmede taken ten behoeve van de in- en output van gegevens en materiaal blijven over⁷⁹. Met betrekking tot de *werkgelegenheidseffecten* in kwantitatieve zin overheerst de opvatting dat deze in het algemeen beperkt zullen zijn. Duidelijke positieve effecten worden wel voorzien voor de sector zakelijke dienstverlening als toeleveraar van diensten op het gebied van automatisering. De effecten van automatisering op de *bedrijfsorganisatie* en het *ondernemerschap* kunnen worden getypeerd met een toename van de beheersing van het bedrijfsproces. Ook hier geldt weer dat de techniek niet noodzakelijkerwijs determineert en dat gekozen kan worden uit diverse mogelijkheden.

Uit het voorgaande moge blijken dat innoveren een 'must' is voor kleine en middelgrote industriebedrijven die ook in de toekomst een volwaardige bijdragen willen leveren aan de economische groei en de werkgelegenheid. Dat de overheid evenzo deze mening is toegedaan bleek reeds uit de Innovatienota 1979 alsmede het onderzoeksprogramma van het project Technologiebeleid. Ter afsluiting van deze paragraaf zullen een aantal overheidsregelingen op het terrein van innovatiestimulering worden gelegd naast de door het mkb ervaren knelpunten.

In het algemeen is door Rothwell en Zegveld opgemerkt dat het innovatiestimuleringsbeleid van de overheid sedert lange tijd wordt gekenmerkt door een sterke gerichtheid op stimulering van onderzoek en ontwikkeling ('technology-push') en dat dit accent voornamelijk tot steun aan grote bedrijven heeft geleid⁸⁰. Van Dijk en Kleinknecht bevestigen deze tendens ook voor de meer recente jaren en zijn van mening dat de betekenis en verdere uitbouw van een meer 'demand-pull' georiënteerd innovatiebeleid in de toekomst zal behoren toe te nemen. Alleen dan kan worden voorkomen dat de resultaten van fundamentele research en basisinnovaties niet onmiddellijk naar het buitenland vloeien maar via innovatiediffusie binnen ons land kunnen worden gehouden⁸¹.

De eerder gememoreerde Structuurnota 1976 en Innovatienota 1979 vormen duidelijke keerpunten, waarbij een defensieve industriepolitiek werd omgezet in een meer offensieve. De weerslag hiervan laat zich afleiden uit de begrotingsposten voor het industriebeleid. Met name de

⁷⁷ E. Poutsma, A. Zwaard e.a., *op. cit.*, blz. 144.

⁷⁸ M. Dodgson, *Advanced manufacturing technology in the small firm*; London, The Technical Change Centre, december 1985.

⁷⁹ E. Poutsma, A. Zwaard e.a., *op. cit.*, blz. 157.

⁸⁰ R. Rothwell en W. Zegveld, *Industrial innovation and public policy, preparing for the 1980's and 1990's*; Londen, 1981.

⁸¹ J.W.A. van Dijk en A. Kleinknecht, *Aanzetten voor een schaalgericht industrieel vernieuwingsbeleid*; congrespaper voor het symposium Onderzoekprogramma Technologie-Economie, 's-Gravenhage, september 1985.

voor innovatiestimulering gereserveerde gelden zijn sedert 1975 sterk in omvang toegenomen en bedroegen in 1985 ruim 500 miljoen gulden. Het aandeel van de voor het innovatiebeleid uitgetrokken gelden binnen het totaal van de begroting voor het industriebeleid is daarmee gestegen van bijna 12% in 1975 naar 38% in 1985. Uit confrontatie van de begrote uitgaven met de feitelijke blijkt echter dat de daadwerkelijke uitgaven voor innovatiebeleid sterk zijn achtergebleven bij de budgettaire voorzieningen. Deze gelden zijn – in weerwil van de voorgenomen beleidsverandering – toch weer ten goede gekomen aan de defensieve industriepolitiek (individuele steunverlening).

Een meer specifieke analyse van Van Dijk en Kleinknecht gericht op de concrete beleidsmaatregelen en het doelgroepbereik leidt tot de conclusie dat:

- het innovatiebeleid nog sterk gekenmerkt lijkt te worden door trial and error; een belangrijk deel van de regelingen is inmiddels alweer verdwenen; een grotere stabiliteit van het instrumentarium is dringend gewenst;
- twee derde van de voor innovatiestimulering uitgegeven gelden terecht is gekomen bij zeer grote ondernemingen (500 of meer werksame personen); het mkb heeft hier dus slechts in bescheiden mate van kunnen profiteren ⁸².

Voor het doen van aanbevelingen in de richting van een meer 'demand-pull' gericht innovatiestimuleringsbeleid is het nuttig zich te realiseren dat uit onderzoek is gebleken dat innoverende mkb-ondernemingen gevoeliger zijn voor gerichte overheidsondersteuning dan de grote ondernemingen. Tevens blijken de knelpunten vooral te liggen bij een gebrek aan risicodragend kapitaal in de vorm van leningen, onvoldoende inzicht in de kostenontwikkeling van vernieuwingsprocessen, het management van speur- en ontwikkelingswerk, de marktontwikkeling alsmede gebrek aan goed personeel.

Het stimuleringsinstrumentarium van de overheid omvat globaal gezien vier soorten regelingen en wel ⁸³:

- de Innovatiestimuleringsregeling (INSTIR), gericht op tegemoetkoming in de *kosten* van innovatie en vooral bedoeld voor het mkb. Economische Zaken streefde ernaar met de voorgestelde systematiek 70% van het beschikbare bedrag (vanaf 1985 jaarlijks 220 miljoen gulden) ten goede te laten komen aan het mkb. De praktijk blijkt echter anders. Blijkens het NIPO Panelonderzoek mkb ten behoeve van het KNOV maakt slechts 4% van het mkb gebruik van deze regeling. Slechts ongeveer een kwart van de uitgekeerde bedragen komt bij het mkb terecht. Het is dan ook toe te juichen dat Economische Zaken overweegt het criterium '100-uren onderzoek en ontwikkeling per medewerker voor eigen rekening' te verlagen naar 50 uur. Te meer omdat bij het mkb onderzoek en ontwikkeling nogal versnipperd is over meerdere personen. Een mogelijkheid zou ook kunnen zijn de INSTIR-criteria te leggen op het niveau van de onderneming of samenwerkende ondernemingen (netwerken);
- het Technisch Ontwikkelings Krediet (TOK), gericht op het *risico* van innovatie. Volgens Economische Zaken is deze regeling van bijzonder belang voor het mkb bij het terugdringen van risico's bij het op de markt brengen van nieuwe producten. Om voor Economische Zaken onbekende redenen loopt de belangstelling voor deze regeling de laatste jaren terug. Onderzoek hiernaar zou gewenst zijn om te voorkomen dat een op zichzelf zinvolle regeling onnodig zou verdwijnen. Het TOK ligt aan het eind van het innovatieproces. Het lijkt daarom niet uitgesloten dat na het wegnemen van andere knelpunten, zoals die rond de financiering, het beroep op de TOK weer kan toenemen;

⁸² J.W.A. van Dijk, *op. cit.*

⁸³ *Beleidsverzicht Technologie*, 1986-1987; Tweede Kamer, Zittingsjaar 1984-1985, 19203, nrs. 1-2.

- het programma Onderzoek in Middelgrote en Kleine Bedrijven (OMK), gericht op *kennisproductie* bij bedrijven tot 200 werknemers. Deze regeling is van te recente datum (mei 1986) om een onderdeel te kunnen geven. Wel lijkt het beschikbare bedrag minimaal (4,7 miljoen gulden), terwijl de gedachte van een zekere mate van overlapping met de INSTIR zich opdringt;
- de beleidslijn van de *kennisverspreiding* via transferpunten en dergelijke. De recente versterking van dit systeem met functionarissen van de Rijksnijverheidsdienst lijkt een slag in de lucht. Immers zowel de transferpunten als de Rijksnijverheidsdienst blijken laag te scoren als informatie-overdrager naar het mkb, terwijl Economische Zaken zelf voor 1987 een evaluatie naar het functioneren van de transferpunten in petto heeft. Wellicht verdient het aanbeveling meer aansluiting te zoeken bij bestaande toeleveringsnetwerken van grote ondernemingen of het sinds kort tot stand gekomen regionale adviesinstrumentarium van het mkb, dat is ondergebracht bij de Kamers van Koophandel. Met name laatstgenoemde constructie voorkomt dat de technische advisering te zeer op zichzelf komt te staan. De ondernemer in het mkb heeft behoefte aan een geïntegreerde advisering (niet te veel afzonderlijke loketten, maar één totaal pakket).

Ter afsluiting nog het volgende: Hoewel de WIR niet specifiek bedoeld is voor innovatiestimulering doet de scheiding toch enigszins gekunsteld aan. Blijkens eerder genoemd NIPO/KNOV-onderzoek maakt ruim 40% van de MKB-ondernemingen gebruik van de WIR. Het betrekken van de WIR bij de innovatiestimulering lijkt dan ook een zinvolle operatie. Tenslotte is het van belang te bevorderen dat ook het mkb in belangrijke mate participeert in de grote Europese technologieprojecten als EUREKA, BRITE en RACE.

3.6 Samenvatting en conclusies

De industrie heeft in de na-oorlogse periode verschillende functies vervuld binnen de economische politiek. Tot 1965 was de industrie het trekpaard dat de nationale economie uit het slop moest halen. Dat jaar vormde voor de industrie dan ook het hoogtepunt in termen van productie- en werkgelegenheidsaandelen. Internationale ontwikkelingen (kostenverhoudingen, veranderingen in de vraag) alsmede structurele produktiviteitsstijgingen deden traditionele onderdelen van de industrie na 1965 snel aan betekenis inboeten. Hiermee begon voor de industrie een periode van afbraak en herstructurering welke globaal gezien voortduurde tot aan het eind van de jaren zeventig. Vooral de grote, traditionele industrie-ondernemingen verloren veel werkgelegenheid, terwijl zich sociaal-culturele veranderingen manifesteerden welke leidden tot een industrie-onvriendelijk klimaat. Het snel stijgend opleidingsniveau van de beroepsbevolking speelde daarbij een niet te onderschatten rol. In dit post-industriële tijdvak zou het de dienstensector in de meest ruime zin zijn die moest zorgen voor economische groei en werkgelegenheid. Aan het eind van de jaren zeventig ontstond echter alom twijfel omtrent het groei- en werkgelegenheidscreërend vermogen van de dienstensector. Technologische ontwikkelingen leidden ook daar tot structurele verbeteringen van de arbeidsproductiviteit, terwijl het grote beslag op de collectieve middelen steeds meer als knellend werd ervaren. Daar kwam nog bij dat het denken over de 'self-service society' het vertrouwen in de dienstensector deed wankelen. Onder invloed hiervan vond een heroriëntatie plaats op de industrie en bepaalde onderdelen van de dienstensector, waarbij een produktiviteitspolitiek gericht op versterking van het draagvlak centraal kwam te staan. Wederom moest de industrie als trekpaard gaan fungeren; een rol welke thans nog steeds actueel is.

Uiteraard heeft het door de overheid gevoerde industriebeleid gespeeld op deze in de tijd sterk wisselende rollen van de industrie. Ter-

wijl ten tijde van de wederopbouw een offensief beleid de boventoon voerde, kreeg het beleid na 1965 steeds meer een defensief karakter, gericht op bedrijfsklassen in de eindfase van de levenscyclus. Onder invloed van de heroriëntatie ging het industriebeleid vanaf 1980 weer steeds meer offensieve trekken vertonen. Het zogenaamd anticiperend sectorstructuurbeleid legde hiervoor de basis. Centraal stond daarbij een aandachtsgebiedenbeleid met de nadruk op technologische ontwikkelingen en een gerichtheid op kansrijke activiteiten ('picking the winners').

Er is veel gediscussieerd over de wenselijkheid en effectiviteit van een dergelijk beleid. Met name studies over de rol van het industriële midden- en kleinbedrijf in de verschillende fasen van de levenscyclus hebben geleid tot aanbevelingen voor een nuancering van een al te eenzijdig op kansrijke activiteiten gericht beleid. Zo blijkt het industriële mkb een dempende rol te hebben vervuld ten tijde van de herstructureering en de afkalving van grootschalige industriële werkgelegenheid. Bovendien zijn er aanwijzingen dat ook inkrimpende en/of zwakke sectoren vernieuwingstendensen vertonen en wel met name de middelgrote bedrijven in deze sectoren. Uiteindelijk lijkt het debat over het te voeren industriebeleid te tenderen naar een actieve politiek gericht op versterking van de industriële infrastructuur via het bevorderen van samenwerkingsverbanden tussen leveranciers en afnemers ter stimulering van technologische ontwikkelingen. Tevens wordt een grotere gerichtheid op kleinere ondernemingen bepleit vanwege een veronderstelde hogere effectiviteit en efficiency van een dergelijk beleid. In het verlengde van deze gedifferentieerde aanpak wordt ook expliciet gevraagd om een industrie- en technologiebeleid dat oog heeft voor zowel expanderende als inkrimpende c.q. sterke en zwakke sectoren.

De internationale concurrentieverhoudingen zijn in hoge mate bepalend voor het toekomstperspectief van de Nederlandse industrie. Een te voeren beleid zal dan ook aansluiting moeten zoeken bij de comparatieve voordelen van onze industrie, welke vooral zijn gelegen in de beschikbaarheid van natuurlijke hulpbronnen en in goederen met een hoge scholingsintensiteit. Toekomstverwachtingen met betrekking tot de ontwikkeling in omvang en samenstelling van de internationale vraag geven reden voor optimisme, ook voor de middellange termijn. Voor de uiteindelijke verwerkelijking van de positieve verwachtingen omtrent de ontwikkelingspotenties van de industrie is het van groot belang dat:

- de industriële export zich gunstig ontwikkelt;
- samenwerkingsverbanden tussen kleine en grote industriële ondernemingen een meer structureel karakter krijgen (toeleveringsnetwerken);
- technologische kennis in voldoende mate zijn weg vindt in alle sectoren en grootteklassen van de industrie (informatienetwerken).

Voor wat betreft de export is gewezen op het belang van de vergroting van het aantal exporterende industriële ondernemingen. Met name het midden- en kleinbedrijf blijft in dit opzicht sterk achter bij het grootbedrijf. Omdat de relatief geringe exportprestaties van het industriële mkb slechts ten dele structureel van aard zijn, kan een gerichte overheidspolitiek belangrijke stimulansen geven. De belangrijkste knelpunten voor het mkb zijn een gebrek aan exportmarketing en een tekort aan kennis over een breed front. De overheid zou hierop – meer dan thans het geval is – kunnen inspelen door infrastructuurversterkende maatregelen in de vorm van voorlichting, informatie-overdracht, kredietverzekering en dergelijke. Bij het kleinbedrijf zou kunnen worden getracht door het inschakelen van handelshuizen de indirecte export te vergroten. Tevens zou kunnen worden gestimuleerd om – met behoud van de Europese exportmarkten – nieuwe markten, met name die van de ontwikkelingslanden, te openen.

Een belangrijk deel van het industriële mkb is aanbieder op de inkoopmarkten van de grote industriële bedrijven. In plaats van concurrerend, zijn klein- en grootschalige productieprocessen vaak complementair. Er zijn aanwijzingen voor structurele ontwikkelingen, waarbij grote

ondernemingen zich steeds meer richten op hun eigenlijke kernactiviteiten en delen van hun productie uitbesteden. Aldus ontstaan toeleveringsnetwerken, die steeds belangrijker worden voor de algehele prestaties van de Nederlandse industrie. Voor een optimaal functioneren van deze, vaak trapsgewijs opgebouwde toeleveringsnetwerken is het een noodzakelijke voorwaarde dat ook kleine ondernemingen op een technologisch geavanceerd niveau en flexibel kunnen opereren. Beschikbaarheid van kennis (voldoende goed opgeleid personeel) als wel van financiële middelen (ter financiering van moderne, hoogwaardige apparatuur) is daarvoor een vereiste. Uitbestedende bedrijven zullen vaak bereid zijn hierin te investeren. Om een al te grote afhankelijkheid van toeleverende bedrijven te voorkomen lijken structuurversterkende maatregelen, in de zin van het vergroten van de doorzichtigheid van de markt van eindproducten, noodzakelijk. Een algehele versterking van het commerciële beleid van toeleverende bedrijven lijkt nodig, ten einde een voldoende kwaliteit in dit bedrijvenbestand te waarborgen. Aldus kan concurrentie de basis vormen van samenwerking en niet het slaafs volgen van de opdrachtgever. Wellicht verdient het ook overweging vanuit branche-organisaties standaards te ontwikkelen voor uitbestedings-/toeleveringsrelaties.

Een *conditio sine qua non* voor de vergroting van de exportprestatie en het volwaardig participeren in toeleveringsnetwerken is een mkb dat in voldoende mate innovatief is. Het eerder genoemde aandachtsgebiedenbeleid dat is uitgemond in een technologiebeleid heeft hier ook – en dat geldt zeker voor de discussies die naderhand zijn gevolgd – expliciet op gewezen. Omdat basisresearch voor de meeste industriële midden- en kleinbedrijven niet is weggelegd, zal het merendeel van de vernieuwingen het mkb via diffusie moeten bereiken. Een technologiebeleid dat niet alleen is gericht op een strategie van ‘picking the winners’ zal dan ook trachten de algehele slagkracht van de industrie te vergroten door een zo groot mogelijke verspreiding van technologische kennis te bevorderen. Een belangrijke voorwaarde voor een dergelijk beleid is een strategiewijziging van ‘technology-push’ naar ‘demand-pull’. Juist door het eerder genoemde bevorderen van toeleveringsnetwerken en het plaatsen van overheidsopdrachten kan een dergelijke beleidswijziging worden geconcretiseerd. Van groot belang is ook dat de overheid belemmeringen wegneemt op het terrein van financiering, kennisoverdracht en tekort schietende opleidingen. Het instrumentarium dat de overheid heeft ontwikkeld om innovaties te stimuleren is nog in onvoldoende mate afgestemd op juist dat deel van het bedrijfsleven waarvoor het in hoofdzaak is bedoeld, het mkb. De INSTIR met zijn 100-uren criterium voor onderzoek en ontwikkeling is hiervan het meest saillante voorbeeld. De overheid zou ook kunnen bevorderen dat de kennisoverdracht meer op maat van de mkb-ondernemer wordt gesneden, dat wil zeggen een decentrale en geïntegreerde advisering.

Het geheel overziend lijken de toekomstperspectieven van de industrie als geheel en het mkb als onderdeel daarvan in het bijzonder voor het eerst sinds lange tijd weer positief. Echter ook onder deze gunstige vooruitzichten lijkt een bijdrage van de industrie vooral te mogen worden verwacht met het oog op economische groei (toegevoegde waarde). Vanwege voortgaande structurele stijgingen van de arbeidsproductiviteit zal de bijdrage aan de werkgelegenheid naar verhouding slechts bescheiden kunnen zijn. Wel is het zo dat een goed functionerende industrie belangrijke multiplier-effecten teweeg brengt, met name in de richting van de zakelijke diensten en de groothandel.

De detailhandel

4. DE DETAILHANDEL

4.1 Inleiding

De detailhandel is een weinig expansieve sector. Weliswaar herstelt de omzet zich opmerkelijk snel van de – in sommige branches zelfs dramatische – teruggang in het begin van de jaren tachtig, dit neemt niet weg dat de groei van de detailhandel reeds enkele decennia structureel achterblijft bij de groei van het nationaal inkomen.

Dit betekent echter niet, dat de detailhandel zich in rustig vaarwater bevindt, waar weinig of niets gebeurt. Integendeel. De detailhandel is een bedrijfsklasse vol dynamiek, waar het bruist van nieuwe initiatieven. Het 'wiel of retailing' draait op volle toeren.

De detailhandel is de laatste schakel in de bedrijfskolom. Zij levert rechtstreeks aan consumenten en stemt haar aanbod op hen af qua hoeveelheid, assortiment, kwaliteit, prijs, tijd, plaats, informatie en service. De moderne consument stelt echter steeds hogere eisen en het consumentengedrag is volop in beweging en zeker op wat langere termijn moeilijk te voorspellen. Mede door technische ontwikkelingen wijzigt het assortiment zich in een hoog tempo en ontstaan er nieuwe branches en nieuwe distributievormen.

Tegelijkertijd treedt er in de detailhandel een concentratieproces op. Het midden- en kleinbedrijf (mkb) maakt zich hierover terecht zorgen vanwege de dreigende uitschakeling van een groot aantal zelfstandige ondernemers. Dit concentratieproces heeft eveneens belangrijke consequenties voor de groothandel en de producenten van consumptiegoederen. Tevens dient de vraag aan de orde gesteld te worden of de tendens tot schaalvergroting die hiermee verband houdt van nadelige invloed is op bepaalde consumentengroepen.

De overheid heeft terecht steeds veel aandacht besteed aan de detailhandel, omdat een bedrijfseconomische en maatschappelijk zo goed mogelijke functievervulling van grote betekenis is voor de economie in het algemeen en de consumenten in het bijzonder. In de 'Bedrijfstakverkenning Detailhandel' van het ministerie van Economische Zaken (oktober 1984) wordt hierop uitvoerig ingegaan.

4.2 Structurele ontwikkelingen

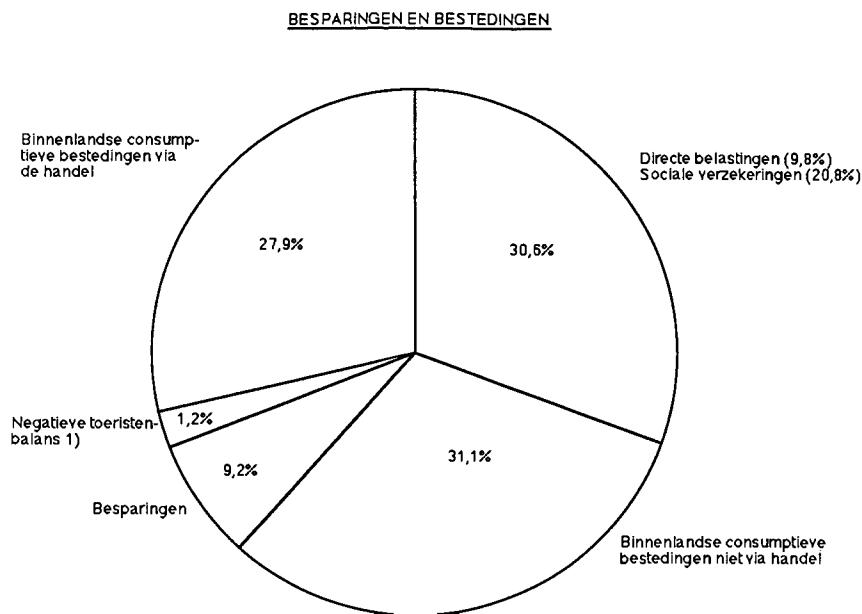
4.2.1 *Het aandeel van de detailhandel in de consumptieve bestedingen*

Bijgaande grafische voorstelling (grafiek 4.1) geeft een eerste, globaal inzicht in de plaats van de detailhandel in onze economie.

Uit deze grafiek blijkt dat in 1985 slechts 27,9% van het persoonlijk inkomen via de handel in het binnenland besteed werd. Dit is minder dan de 30,6% die aan directe belastingen en premies sociale verzekering moest worden betaald. Van het daarna resterende beschikbaar inkomen vloeide circa 4 miljard gulden naar het buitenland, zijnde de discrepantie tussen de uitgaven van niet-ingezetenen in ons land en de uitgaven van Nederlanders in het buitenland. Deze discrepantie heeft de neiging voortdurend toe te nemen.

Van het besteedbaar inkomen wordt voorts nog een aanzienlijk deel gespaard, met name in de vorm van pensioen- en verzekeringspremies. Het aandeel van de besparingen blijkt overigens het hoogst te zijn in tijden van een economische depressie. Zo nam het spaaraandeel van 1980 tot 1982 toe met 3,1%. Hierdoor werd de recessie zodanig versterkt, dat mogelijke effecten van een inkomensbeleid van de overheid ter stimule-

Grafiek 4.1 Persoonlijk inkomen 1985 verdeeld over collectieve lasten, besparingen en bestedingen



Totaal f 408 mrd.

Bron: Gebaseerd op Nationale Rekeningen 1985 CBS, tabel 42.

1) Consumptie door Nederlanders in het buitenland (f 10,7 mrd.) minus consumptie door buitenlanders in Nederland (f 6,1 mrd.).

ring van de binnenlandse bestedingen vrijwel volledig zouden zijn gecompenseerd.

Van het voor binnenlandse consumptieve bestedingen beschikbare inkomen dat dan nog resteert, is de laatste jaren een steeds kleiner deel via de handel gegaan, zoals in de volgende tabel blijkt.

Tabel 4.1 Particuliere consumptie via handel en niet via handel 1978-1985

	Particuliere consumptie		Waarvan via handel		Waarvan niet via handel	
1978	175.290	100	95.020	54,2	81.080	45,8
1979	189.010	100	99.630	52,7	89.380	47,3
1980	201.940	100	103.870	51,4	98.070	48,6
1981	210.120	100	104.830	49,9	105.290	50,1
1982	218.440	100	106.110	48,6	112.330	51,4
1983	226.280	100	108.690	48,0	117.590	52,0
1984	231.700	100	109.820	47,4	121.880	52,6
1985	241.290	100	114.300	47,4	126.950	52,6

Bron: Nationale Rekeningen CBS, tabel 43.

De teruggang van het handelsaandeel in de particuliere consumptie, die uit deze tabel blijkt, is de grondoorzaak van het achterblijven van het detailhandelsaandeel in het nationale produkt. Dit is echter geen nieuw verschijnsel, maar een voortzetting van een ontwikkeling, die reeds vele jaren aan de gang is. Zo was het detailhandelsaandeel in de binnenlandse consumptieve bestedingen in 1968 nog 64,0%.

Deze ontwikkeling zal zich ook in de komende jaren voortzetten, maar in een vertraagd tempo.

Zoekend naar oorzaken voor deze ontwikkeling stuiten wij op enkele goederen en diensten, waarop de overheid een sterke invloed heeft (zie tabel 4.2).

Tabel 4.2 Enkele belangrijke niet-detailhandelsbestedingen 1978 en 1985

	1978	1985	Toename in %
Elektriciteit, gas, water	7.330	15.600	113
Woningdiensten	15.640	28.830	84
Gezondheidsdiensten	18.640	27.050	45
Totaal	41.610	71.480	72

Bron: Nationale Rekeningen CBS, tabel 44.

Het aandeel van deze drie bestedingscategorieën in de totale consumptie steeg van 1978 tot 1985 van 23,7% tot 29,6%. Of anders gezegd: in 1978 besteedden de consumenten 43,8% van het bedrag, dat zij niet via de detailhandel uitgaven aan bovengenoemde drie categorieën en in 1985 zelfs 62,5%¹.

Het is dan ook niet juist te stellen, dat koopkrachtverbetering per definitie leidt tot een evenredige omzetgroei bij de detailhandel. Dit geldt bepaald ook voor het koopkrachtplaatje van 1987. Van een stijgende koopkracht moeten immers al betaald worden: 1% extra BTW, hogere accijnzen, 2% huurverhoging, hogere schoolgelden, hogere tarieven openbaar vervoer, grotere eigen bijdrage in de gezondheidszorg.

4.2.2 Conjuncturele invloed op de detailhandel

Ten einde inzicht te krijgen in de conjunctuurgevoeligheid van de detailhandel is voor de periode 1978-1985, vrijwel een gehele conjunctuurgolf omvattend, nagegaan hoe de ontwikkeling is geweest van een aantal relevante indicatoren, te weten de consumptieve bestedingen, de werkgelegenheid alsmede de rentabiliteit en solvabiliteit. Tabel 4.3 bevat informatie over de ontwikkeling van het volume der *consumptieve bestedingen*.

Tabel 4.3 Binnenlandse consumptieve bestedingen naar goederen- en dienstencategorieën 1978-1985, volume indexcijfers 1980 = 100

	Voedings- en genotmiddelen	Duurzame consumptiegoederen	Overige goederen en diensten
1978	97	106	93
1979	100	106	97
1980	100	100	100
1981	101	92	100
1982	100	87	100
1983	101	89	100
1984	99	87	101
1985	100	89	103

Bron: Nationale Rekeningen CBS, tabel 46.

¹ N.W. Hesse en H.J. Pays, 'Ontwikkeling consumptieve bestedingen 1970-1990'; *EIM-Medelingen*, september/oktober, nr. 5, blz. 18-23 1986. In deze studie die het hier geschetste beeld bevestigt, hanteert het EIM een andere definitie dan het CBS. De consumptieve bestedingen van brood- en banketbakkerijproducten en van maatkleding worden beschouwd als detailhandelsbestedingen, terwijl de aankopen van nieuwe personenauto's voor privédoeleinden en het privégebruik van benzine en dergelijke niet als via de detailhandel wordt aangemerkt.

Uiteraard vertoont de voedings- en genotmiddelensector nauwelijks fluctuaties in de omvang van de bestedingen.

De depressie heeft echter wel de sector duurzame consumptiegoederen zwaar getroffen met een teruggang met maar liefst 19 punten in de periode 1979/1984. Hoewel in 1985 een herstel intrad, zal het nog wel enige jaren duren voor het omzetpeil van 1979 is bereikt. Vrijwel alle branches hadden van de recessie te lijden, maar de verkoop van personenauto's, die in 1979 sterk terugviel, herstelde zich snel zodat de autoverkoop in 1985 reeds 16% boven die van 1980 lag. Dit betekent dat de teruggang van de andere branches gemiddeld groter moet zijn geweest dan uit tabel 4.3 blijkt. De sectoren die actief zijn in de overige goederen en diensten vertonen een verrassend constant beeld qua volume-omzet, dat in sterke tegenstelling staat met het toenemend aandeel van deze goederen en diensten in het totaal van consumptieve bestedingen; uiteenlopende prijsmutaties vormen hiervan de oorzaak.

Het Centraal Planbureau verwacht, dat de detailhandel in de periode 1984-1990 zal profiteren van de krachtige groei van de particuliere consumptie (exclusief vaste lasten). Deze zal met circa 3% per jaar in volume toenemen. Voor de voedings- en genotmiddelensector wordt een jaarlijkse volumegroei van 1,5% verwacht, voor de sector duurzame consumptiegoederen wordt zelfs een groei van ruim 4% voorspeld. In 1985 en 1986 wordt deze prognose nog overtroffen.

Uitgaande van een gemiddelde jaarlijkse groei van het nationaal inkomen met 2% zou dit kunnen wijzen op een versterking van de positie van de detailhandel in de economie. Dit gunstig perspectief, zou zoals reeds gesteld, geheel of gedeeltelijk ongedaan kunnen worden gemaakt door reeds aangekondigde maatregelen van de overheid.

De recessie heeft ook zijn invloed doen gelden op de *werkgelegenheid* in de detailhandel. In het kader van het werkgelegenheidsbeleid van de overheid is het van belang hierover inzicht te krijgen. Tabel 4.4 geeft een overzicht van het aantal werknemers, uitgesplitst naar full- en parttimers in de aan de orde gestelde periode.

Tabel 4.4 Aantal werknemers in de detailhandel, 1978-1985

	Full-time	Part-time	Totaal	Part-timers in % van het totaal %
		× 1000		
1978	206	102	308	33,1
1979	210	115	325	35,4
1980	216	120	336	35,7
1981	210	126	336	37,5
1982	197	130	327	39,8
1983	193	142	335	42,3
1983 ^{a)}	197	145	342	42,4
1984	193	146	339	43,1
1985	195	144	338	42,6

Bron: CBS/EIM.

a) Begin nieuwe reeks op basis van nieuwe registratiemethode.

Uit tabel 4.4 blijkt dat in 1980 de tot dan groeiende werkgelegenheid in de detailhandel stopt. Hoewel de in 1983 optredende verandering in de systematiek van waarneming het zicht enigszins bemoeilijkt, lijkt zich na 1981 een lichte daling te manifesteren. Het is aannemelijk, dat de conjuncturele situatie van invloed is geweest op deze daling. Het uitblijven van herstel van de werkgelegenheid nu de detailhandelsomzet weer in de lift zit, doet vermoeden dat ook andere factoren mede van invloed zijn. Het EIM verwacht overigens dat de werkgelegenheid in de detailhandel in de jaren 1986/1987 geen herstel van enige omvang zal laten zien ².

² Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, *Economische Verkenningen Midden- en Kleinbedrijf 1987*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, 1986, tabel 24.

Daarnaast blijkt uit tabel 4.4, dat vooral part-time arbeid een steeds grotere omvang aanneemt. Het is moeilijk om aan te geven hoever deze tendens zal doorzetten; in 1985 is voor het eerst sprake van een lichte daling van het aantal part-timers. Uit een studie van het EIM blijkt verder nog dat in de detailhandel relatief veel jongeren en laag geschoolden werken ³.

De scherp dalende omzetten in de depressiejaren hebben de rentabiliteit onder druk gezet. Dit wordt bevestigd door de cijfers in tabel 4.5.

Tabel 4.5 Rentabiliteit en solvabiliteit van de detailhandel

	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Rentabiliteit eigen vermogen	11,3	6,8	8,8	8,4	10,8	13,8
Kostenvoet vreemd vermogen	14,9	14,1	11,8	10,8	9,7	9,8
Solvabiliteit	0,29	0,26	0,26	0,27	0,28	0,30

Bron: CBS, Statistiek financiën van ondernemingen 1985.

De aan dit cijfermateriaal ten grondslag liggende statistiek heeft betrekking op 151 detailhandelsondernemingen met 151.000 werknemers of circa 60% van het werknemersbestand in de detailhandel.

Een vergelijking van deze tabel met tabel 4.3 wijst op een grote samenhang tussen omzet en rentabiliteit. Over de gehele periode gezien was er sprake van een slechte tot zeer slechte rentabiliteits situatie. Dit blijkt duidelijk uit de vergelijking met de kostenvoet rentedragend vreemd vermogen. In vier van de zes jaren was het rendement op het geïnvesteerde vermogen lager dan de rentevoet van het vreemd vermogen. Pas in 1985 is er sprake van een redelijk rendement.

De *solvabiliteit* liep in de depressiejaren weliswaar enigszins terug, maar herstelde zich daarna in vrij korte tijd.

4.2.3 De consumenten

De consumenten vormen de doelgroep van de detailhandel. De bevolkingsomvang en -opbouw is derhalve van groot belang voor de detailhandel. De bevolkingsomvang zal de komende jaren vrij stabiel zijn. Volgens het CBS komen er in ons land tot 1990 200.000 en tot 2000 ruim 330.000 inwoners bij.

In de samenstelling van de bevolking vinden echter vrije grote veranderingen plaats, die met name betrekking hebben op:

- a. de vergrijzing
- b. de ontgroening
- c. de huishoudensverdunding.

Huys geeft hierop de volgende toelichting: ⁴

- a. de vergrijzing: volgens de meest recente CBS-prognose zal de categorie 65+ in onze bevolking groeien van 1,7 miljoen nu naar 2,2 miljoen aan het einde van deze eeuw, bij een in totale omvang niet meer sterk groeiende bevolking. Het aandeel van de 80-plussers in de categorie 65 jaar en ouder zal daarnaast toenemen van de huidige 21 procent tot 24 procent in het jaar 2000;
- b. de ontgroening: in absolute cijfers zal de groep jongeren (20 jaar en jonger) van 4,1 miljoen nu, tot 3,2 à 3,8 miljoen in het jaar 2000. Het aantal kinderen in de leerplichtige leeftijd zal in dezelfde tijd dalen van 1,8 miljoen nu naar 1,4 à 1,7 miljoen. In relatieve termen

³ J. Boog en A. Nijsen, *Recente ontwikkelingen rond de werkgelegenheid in de detailhandel 1985-1986*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, 1986.

⁴ A. Huijs, 'Demografische Ontwikkelingen als vernieuwingsfactor'; *Management Totaal*, december 1985, jaargang 6, nr. 12, blz. 18-24.

loopt het aandeel van de groep jongeren (tot 20 jaar) in de totale bevolking de komende vijftien jaar terug van 28 procent nu tot 21 à 24 procent;

- c. de huishoudensverdunding: de lagere vruchtbaarheid, de opkomst van alternatieve samenlevingsvormen, en de toename van het aantal alleenstaanden en eenoudergezinnen (scheidingen) heeft tot gevolg dat sinds 1960 de gemiddelde huishoudensgrootte gestaag is afgenomen. Deze tendens zal zich in de komende jaren nog voortzetten.

Het fenomeen van de huishoudensverdunding is meer in detail weergegeven in tabel 4.6.

Tabel 4.6 Aantal huishoudens, onderverdeeld naar grootte 1985, 1990, 2000

	Met 1 gezinslid	Met 2 gezinsleden	Met 3 en 4 gezinsleden	Met 5 en meer gezinsleden	Totaal aantal huishoudens (=100) × 1000	Gemiddelde huishoudgrootte × 1
	%					
1985	25,9	27,8	37,0	9,3	5.400	2,64
1990	29,3	29,3	34,5	6,9	5.800	2,51
2000	32,3	32,3	32,3	3,2	6.200	2,37

Bron: CBS/Economisch Bureau NMB Bank.

Deze markante ontwikkeling in de bevolkingsopbouw heeft invloed op het consumptiepakket, maar de onberekenbaarheid van het consumptengedrag maakt het doen van voorspellingen tot een gedurfde onderneming. Alessie, Kapteyn en De Freytas hebben hier niettemin recent onderzoek naar verricht, waarin zij de consumptieve effecten van demografische/economische ontwikkelingen hebben gekwantificeerd en een aantal varianten modelmatig hebben doorgerekend.

Tabel 4.7 Het voorspelde consumptieniveau van verschillende goederencategorieën in het jaar 2000 bij een inkomensgroei van 2% en een bevolkingsgroei volgens de 'lage CBS-variant', 1980-2000

	1980	2000	groei 1980-2000
	miljard gld.		%
Voeding	34,13	47,06	37,9
Huisvesting	47,34	81,45	68,5
Kleding, schoeisel	13,55	22,09	62,9
Lichamelijke en medische verzorging	20,30	29,84	47,0
Ontwikkeling, ontspanning	22,67	39,89	76,0
Verkeer	18,14	37,84	108,6
Overige bestedingen	2,20	3,62	64,2
Totaal	158,33	261,79	65,3

Bron: Alessie, Kapteyn en De Freytas.

De tendens die uit tabel 4.7 spreekt is van belang voor de toekomst van de detailhandel. Het aandeel van de voeding in het consumptiepakket blijft sterk teruglopen; in mindere mate is dit ook het geval met kleding en schoeisel. Het meest opvallend is het achterblijven van de categorie lichamelijke en medische verzorging, die in de periode 1978/1985 nog een groeiend aandeel in het gezinsbudget opeiste. Verkeer, ontwikkeling en ontspanning nemen relatief het sterkst toe. Deze tabel toont tevens aan, dat de tendens tot achterblijven van de detailhandelsbestedingen zich voortzet. Uit dit zelfde onderzoek blijkt ook dat de geprognosticeerde ontwikkeling in feite wordt bepaald door de inkomensgroei en slechts in zeer beperkte mate door veranderende samenstelling van de bevolking en bevolkingsgroei.

Opgemerkt wordt nog dat de hier gesignaleerde tendensen per plaats en regio grote verschillen kunnen vertonen. Hiermee zal de detailhandel bij de vestigingsplaatskeuze en de assortimentssamenstelling terdege rekening moeten houden.

Een bijzondere categorie consumenten vormen de etnische minderheden: immigranten uit vroegere koloniën en personen afkomstig uit landen rond de Middellandse Zee. Daar deze bevolkingsgroepen lang vasthouden aan hun eigen cultuur en consumptiepatroon zal ook de detailhandel daar rekening mee moeten houden.

4.2.4 *Het consumentengedrag*

Achter de zakelijke, statistische analyse van het bestedingspatroon en de bevolkingsopbouw gaan mensen schuil. Met elkaar zijn zij verantwoordelijk voor de omvang en samenstelling van het consumptiepakket. De moderne mens komt steeds meer los te staan van zijn sociale omgeving. Hij geeft steeds meer een eigen persoonlijke invulling aan zijn leven. Dit betekent ook, dat hij autonomer dan vroeger bepaalt, hoe hij met zijn besteedbaar inkomen een op eigen voorkeuren gebaseerd bestedingspatroon opbouwt. KBB-topman Maas bracht deze ontwikkeling als volgt onder woorden: 'De klant is niet meer wat hij was. Bij zijn inkomen en leeftijd hoort niet langer een strikt kooppatroon. Hij gaat zijn eigen gang en gedraagt zich minder conformistisch'⁵. Dreesmann verwoordt dit verschijnsel als volgt: 'Er zijn anders dan tien, vijftien jaar geleden nog maar weinig dure, aparte, exclusieve of bijzondere producten, die het voorrecht zijn van specifieke groepen consumenten met hoge inkomens. Bijna alle goederen zijn in het vizier en binnen het bereik gekomen van vrijwel iedereen en zijn daardoor ook doorgedrongen tot iedereen verlanglijstje. Het klassieke verband tussen inkomensklasse en consumptieve bestedingen is losser geworden doordat de kennis over dit type producten zich in alle lagen van de bevolking verspreid heeft. Bijgevolg zijn de consumentenvoorkeuren minder voorspelbaar geworden'⁶. 'Ook is de consument veel kritischer geworden en heeft hij de neiging om producten in één oogopslag te beoordelen en soms te veroordelen. Maar ook de trouw aan een bepaalde winkel of een bepaald merk zijn vrijwel verdwenen'⁷. De 'Naisbitt Group' brengt de invloed van het veranderende consumentengedrag nog drastischer onder woorden: 'The retail industry is entering a new era that has been shaped to a great extent by dramatic shifts in demographics and consumer attitudes. Retailers that survive and prosper will be those that correctly read and adapt to these changes'⁸.

Uit bovenstaande citaten blijkt, dat het consumentengedrag en de veranderingen die daarin plaatsvinden van levensbelang zijn voor de detailhandel. De mogelijkheden van de moderne consument om zich bij zijn bestedingen uit te leven worden ook ruimer door de toenemende vrije tijd. Doordat het aantal 'brooduren' minder wordt, blijft er meer tijd over om te winkelen. Daarnaast vermindert het aantal mensen, dat bij het arbeidsproces betrokken is door vergrijzing, vervroegde uittrekking, arbeidsongeschiktheid en werkloosheid. Veel mensen komen ook ruimer in hun vrije tijd te zitten door deeltijdbanen. Dit geldt uiteraard niet voor hen, die vanuit een situatie van niet werken een deeltijdbaan aannemen. Ook krijgt men dikwijls meer tijd beschikbaar voor het doen van inkopen door vermindering van de tijd, die nodig is voor gezinsverzorging wegens gezinsverdunding, grotere efficiency en een toenemende

⁵ Maas, 'Vergrijzing geen probleem'; *Financiële Telegraaf*, 30 augustus 1986.

⁶ A. Dreesmann, 'Over de berg van overvloed'; *Economisch Statistische Berichten*, 11 juni 1986.

⁷ A. Dreesmann, *Economisch Dagblad*, 17 januari 1986.

⁸ P. Whittington, *Trends in retailing*; Washington, The Naisbitt Group, 1985, blz. 1.

participatie van gezinsleden in het huishoudelijke werk. Dit alles heeft er toe geleid dat winkelen voor steeds meer mensen een plezierige vrijetijdsbesteding is geworden, een ontwikkeling waar winkelcentra op inspelen. Daarnaast heeft de toegenomen mobiliteit geleid tot meer bereidheid om een grotere afstand tussen woning en winkel te overbruggen. Hier staat echter tegenover, dat tweeverdienersgezinnen vaak weinig gelegenheid hebben om te winkelen mede op grond van de regels van de winkelsluitingswet.

Het veranderende consumentengedrag is ook de voedingsbodem voor het ontstaan van consumentenorganisaties, het zogenaamde consumentisme. Door vergelijkend warenonderzoek of alleen maar prijsvergelijkingen voorzien deze organisaties in de behoefte aan informatie en voorlichting. Onder druk van het consumentisme kwamen tal van regelingen met betrekking tot produkten tot stand zoals standaardisatie, minimaal vereiste informatie over inhoud, gewicht, samenstelling, gebruiksaanwijzing, bewaarmethode en dergelijke⁹. Ook zijn er verenigingen, die aanzienlijke kortingen voor hun leden bedingen bij aangesloten winkeliers (boekenclubs, UIC, e.d.).

Een bedenkelijke ontwikkeling is de zorgwekkende toename van winkeldiefstallen door consumenten en medewerkers. Hoewel hiervoor de euforistische term 'proletarisch winkelen' is uitgevonden, is dit verschijnsel uitgegroeid tot een ernstig probleem voor de detailhandel. Hoewel het moeilijk is oorzaken aan te geven voor het fenomeen winkeldiefstal, is er vermoedelijk een verband met grote sociale spanningen waarin velen verkeren onder andere als gevolg van werkloosheid, drugsverslaving en wellicht ook met het losraken van groepsverbanden (bijv. het gezin). Ondanks de toenevende voorzorgsmaatregelen als bewakingsdiensten, alarmsystemen, gepantserde ramen en dergelijke hebben winkeldiefstallen een omvang bereikt van circa f 0,5 miljard of wel enkele procenten van de marge. De politie blijkt niet in staat hieraan in samenwerking met het bedrijfsleven paal en perk te stellen.

4.2.5 De invloed van de technologie op het detailhandelsassortiment

De detailhandel heeft in belangrijke mate geprofiteerd van de technologische ontwikkeling. Hierop heeft onder andere Douben gewezen¹⁰. Hij citeert Jonathan Gershuny, die spreekt van een 'household centred view of technical change'. Hierdoor komt de relatie tussen de uiteindelijke consument van goederen en diensten en de technische ontwikkeling in beeld. Te denken valt aan artikelen als de wasmachine, wasdroger, naaimachine, stofzuiger, vaatwasser, magnetron, diepvriesmaaltijd, koelkast en diepvriezer. Op het gebied van ontspanning valt te denken aan de radio, televisie, videorecorder, huiscomputer, camera, muziekapparatuur. Het openbaar vervoer kreeg concurrentie van de eigen auto. De doe-het-zelver en de zwartwerker investeren in een elektrische boor-, schuur- en zaagmachine, opklapbare werkbank, aluminium uitschuifladder en ander gereedschap, waarmee de officiële ambachtsman lange tijd buiten de deur gehouden wordt. Dit heeft er toe geleid dat materialen als hout, verf, behang, stenen, tegels, schroeven, spijkers, auto-accessoires en dergelijke belangrijke detailhandelsartikelen zijn geworden. Dit proces werd bovendien gestimuleerd door de uiteenlopende prijsverhoudingen van diensten en duurzame consumptiegoederen. Dit wijst in de richting van informalisering van onderdelen van de economie tegen de achtergrond van technologische ontwikkelingen die zich in bepaalde economische verhoudingen vertalen¹¹.

⁹ *Brancheverkenning van de levensmiddelenverdeling in Nederland, deel I*; Rotterdam, PRODIS 1983, blz. 63.

¹⁰ N.H. Douben, *Techniek en Economie*; rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar in de Economie aan de Onderafdeling der Wijsbegeerte en Maatschappijwetenschappen van de Technische Hogeschool Eindhoven op 11 oktober 1985.

¹¹ *Ibid.*

Deze ontwikkelingen zijn veelal ten koste gegaan van het ambacht, terwijl de detailhandel hiervan juist in ruime mate heeft kunnen profiteren. De terreinwinst, die de sector duurzame consumptiegoederen structureel heeft geboekt op de sector voedings- en genotmiddelen is derhalve niet alleen het gevolg van de werking van de wet van Engel (naarmate de welvaart stijgt neemt het aandeel van luxe goederen in het consumptiepakket toe) maar evenzeer van de hier geschetste technische ontwikkeling. Dit proces zal zich naar verwachting in de komende jaren onverminderd voortzetten. Hier staat echter tegenover, dat veel produkten door de technische ontwikkeling minder servicegevoelig zijn geworden. De consument is daardoor minder aangewezen op de service van de leverancier/detaillist; een ontwikkeling die de marktpositie van speciaalzaken verzwakt ten voordele van discountzaken. Voor de voedings- en genotmiddelensector zijn de technische ontwikkelingen in de land- en tuinbouw van belang. Groenten en fruit zijn bijvoorbeeld minder seizoengevoelig geworden. Bovendien is het assortiment sterk uitgebreid met tal van exotische produkten. Een gedeelte van de consumptie van voedings- en genotmiddelen loopt via grootverbruikers (horeca, paracommerciële instellingen, het bedrijf waar men werkt alsmede de institutionele sfeer, de instellingen en inrichtingen). De detailhandelswaarde van dit zogenaamde grootverbruik werd in 1982 geschat op f 8,5 miljard, circa 8% van de detailhandelsomzet¹². De consumptie via grootverbruikers zal vermoedelijk in de komende jaren slechts in geringe mate toenemen. In verband met de vergrijzing van de bevolking heeft het ten aanzien van bejaarden te voeren huisvestingsbeleid hier grote invloed op.

4.3 Veranderend beeld van de detailhandel

4.3.1 Van discount tot speciaalzaak

Op de consumentenmarkt zal de detaillist een commercieel beleid moeten voeren. Essentieel hiervoor is dat hij zich een duidelijk beeld vormt van het marktsegment, waarop hij zich speciaal wil richten. Er dient onderscheid gemaakt te worden tussen boodschappen doen en winkelen, omdat er zich daarbij grote verschillen in het consumentengedrag voordoen. Bij het boodschappen doen gaat het om de aanschaf van de meer alledaagse artikelen met een relatief hoge aanschaffrequentie: de convenience goods (levensmiddelen, genotmiddelen, verbruiksartikelen en tal van meer duurzame goederen die weinig kosten). Terwijl bij winkelen het accent meer ligt op de aankoop van niet veelvuldig aan te schaffen vaak modegevoelige artikelen, die doorgaans een relatief hoog aankoopbedrag vragen.

Voor het voeren van een marketingbeleid bij de detailhandel in *convenience goods* (boodschappen doen) is een goed inzicht in de koopmotieven van consumenten essentieel. De consumenten wegen namelijk bij het bepalen van hun winkelvoorkeuren een aantal koopmotieven in onderlinge samenhang af. De belangrijkste motieven hierbij zijn de volgende:

- de prijs: vrijwel altijd het meest dominante motief;
- het assortiment: het al dan niet aanwezig zijn van verse artikelen of uitheemse artikelen bij levensmiddelen, verscheidenheid in kaassoorten, brood, drank, enzovoort;
- de ambiance: presentatie, winkelinrichting, netheid, ruimte van de paden, service, vriendelijkheid;
- de efficiency: bereikbaarheid, one stop shopping, zelfbediening, snelle kassa-afhandeling¹³.

Het gewicht dat consumenten bij hun winkelkeuze aan elk van deze koopmotieven hechten hangt op de eerste plaats af van de hoeveelheid

¹² Prodis, *op. cit.*, blz. 55.

¹³ T. Monshouwer, *De volgende ronde welvaart, consumptie en distributie tot het jaar 2000*; Amersfoort, Schuitema, 1986.

geld die de consumenten te besteden hebben en daarnaast van de tijd die zij voor het boodschappen doen beschikbaar hebben. Zo weegt bijvoorbeeld de prijs bij een consument met een krappe beurs zwaarder dan bij een welgestelde consument. Kan men maar weinig tijd besteden, dan stelt men hoge eisen aan de bereikbaarheid en snelle bediening en zal men het liefst al zijn boodschappen in één keer doen (one stop shopping) doen. Heeft men meer tijd, dan hecht men in het algemeen meer waarde aan een vriendelijke bediening, aan een plezierige inrichting en aan ruime keuzemogelijkheden tussen diverse merken. Bij een combinatie van weinig tijd en weinig geld zal het prijsmotief zwaar blijven wegen, maar men zal omdat men niet aan een afweging van de prijs met de kwaliteit toekomt, geneigd zijn in discountzaken te kopen. Vanwege de sterke dominantie van de prijs als koopmotief zal in één marktgebied de prijsafstand bij geparalleliseerde levensmiddelenzaken gering zijn. Daarom zal de concurrentiekracht van supermarkten in de praktijk vooral gezocht moeten worden in het inspelen op de andere koopmotieven van consumenten, waarbij men op zoveel mogelijk soorten consumentenvraag zal trachten in te spelen. In onderstaande matrix (schema 4.1) wordt aangegeven hoe een detaillist met zijn winkelformule kan inspelen op lokale variaties in de consumentenvraag¹⁴.

Schema 4.1 Segmentatie consumentenvraag op basis van tijd en geld

	+	Tijd	-
	Meer vers en uitheems Meer bedieningsafdelingen + Veel A-merken Goede ambiance Vriendelijke bediening Veel service		Goede bereikbaarheid One stop shopping Bekende merken Extra kassa's Meer zelfbediening
Geld	Breed assortiment kruidenierswaren Meer bedieningsafdelingen - Nadruk op prijsreclame Veel eigen merken		Discount formule Meer zelfbediening Weinig vers en uitheems Veel eigen merken Minimale service Goede bereikbaarheid Nadruk prijsreclame

Bron: T. Monshouwer. *De volgende ronde welvaart, consumptie en distributie tot het jaar 2000*; Amersfoort, Schuitema, 1986.

Er zijn in ons land echter maar weinig homogene lokale markten, waar een supermarkt zich vrijwel uitsluitend kan richten op bijvoorbeeld rijkere consumenten met veel tijd. Men zal steeds trachten meerdere typen consumenten tegelijk aan te trekken, maar er vallen wel degelijk wisselende accenten te constateren¹⁵. Bij de grotere supermarkten ziet men dan ook duidelijke verschillen in marktbenadering. De harde uitgeklede discounter richt zich met een ondiep assortiment en met zeer lage prijzen op de consument met de smalle beurs. Anderen trachten een breed publiek te trekken onder meer door het aanbieden van betere kwaliteiten in verse groenten, vlees en vleeswaren, kaas, wijnen, en dergelijke, vaak met inschakeling van concessionairs.

De rol die de tijd speelt bij het *winkelen* is geheel anders dan bij het doen van boodschappen. Bovendien eist de aanschaf van duurzame consumptiegoederen veel meer voorbereiding, die dikwijls thuis al begint. Hier komt bij, dat er behoefte is aan vergelijking van artikelen in relatie tot de prijs. Winkelen heeft voor velen ook een vrijetijdskarakter, waarop winkeliers steeds bewuster inspelen. Het gevolg hiervan is dat winkels

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*

in duurzame consumptiegoederen zich concentreren in grotere winkelcentra, maar ook dat er veel markantere verschillen zijn tussen winkels uit dezelfde branche dan het geval is bij convenience goods. Een voorbeeld ontleend aan een EIM-publikatie over de elektronische detailhandel moge dit verduidelijken.

Schema 4.2 Kenmerken van het commerciële beleid

<i>Discountzaak De prijszaak (grootbedrijf met massa distributie)</i>	<i>Speciaalzaak De topzaak (kleinbedrijf met exclusieve distributie)</i>
<ul style="list-style-type: none"> . Hoogwaardig vestigingspunt . Populaire artikelen . Lage prijzen, hoge omzetsnelheid . Gestandaardiseerde dienstverlening . Geen nieuwe produkten . Overwegend prijsartikelreclame . Inkoop van zeer grote kwantums . Minimalisering indirecte kosten 	<ul style="list-style-type: none"> . Zeer hoogwaardige vestigingsplaats . Uitsluitend hoogwaardige merken . Specialisatie in één of enkele productgroepen . Uitgebreide dienstverlening . Zoveel mogelijk exclusieve dealerschappen . Duurzame relatie leveranciers . Inkoop rechtstreeks fabrikant . Innovatief assortimentsbeleid . Produktondersteuning/merkreclame . Speciale demonstratieruimte . Geen eigen reparatieruimte . Hoge brutomarges . Grote vakkennis

Bron: *Kansrijke winkelformules in de elektrotechnische detailhandel*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986

Tussen deze twee uitersten onderscheidt het EIM nog de algemene elektrozaak (kleinbedrijf met massadistributie) en de servicezaak (middenbedrijf met selectieve distributie)¹⁶.

Voor andere branches in de sector van de duurzame consumptiegoederen kunnen mutatis mutandis gelijksoortige indelingen gemaakt worden, waarbij sekse en leeftijd veel voorkomende segmentatiecriteria zijn.

4.3.2 *Branchevervaging*

Door een voortdurende branchevervaging is de opbouw van het detailhandelsapparaat grondig gewijzigd. De traditionele branche-indeling, die nog steeds wordt gehanteerd door het Centraal Registratiekantoor bij zijn jaarlijkse opgave van het aantal verkoopplaatsen in de detailhandel op basis van hun hoofdbranches, is een anachronisme aan het worden en dus aan een herziening toe. Hierbij zou men met name uit moeten gaan van bestedingscategorieën. Waar in de Bedrijfstakverkenning Detailhandel van Economische Zaken gesproken wordt van groepen van detailhandelsbranches is al een poging gedaan om deze gedachte min of meer in praktijk te brengen¹⁷.

Zonder diep in te gaan op het fenomeen branchevervaging zou men drie hoofdvormen kunnen aangeven:

- speciaalzaken hebben hun assortiment verbreed door meer in te spelen op samenhangende behoeften van de consument; bijvoorbeeld kledingzaak verkoopt meer accessoires en soms schoenen en kousen; een notenbar verkoopt ook (buitenlandse) kaas; een melkhandel met kruidenierswaren enzovoort;
- supermarkten zijn een steeds breder assortiment gaan voeren door introductie van de verswarenafdelingen al dan niet via concessionairs en door de enorme uitbouw van de non-food-afdelingen. Zo nam het marktaandeel van de gespecialiseerde levensmiddelenhandel, exclusief

¹⁶ Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, *Kansrijke winkelformules in de elektrotechnische detailhandel*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986, blz. 75 e.v.

¹⁷ *Bedrijfstakverkenning Detailhandel*; 's-Gravenhage, Ministerie van Economische Zaken, 1984, blz. 97 e.v.

- rijdende winkels, tussen 1970 en 1980 af van 52% tot 43%. Dit aandeel is verder gedaald tot 37% in 1986;
- warenhuizen hebben hun assortiment zeer sterk uitgebreid met de verkoop van elektronische apparatuur, computers, boeken, fietsen enzovoort.

Hier komt bij dat de detailhandel ook een heel pakket diensten is gaan aanbieden zoals reizen, vakantieverblijven, mister minits, ontwikkelen van foto's, verzekeringen en financiering. Bovendien hebben grote detailhandelszaken ook een horeca-afdeling van soms behoorlijke omvang. Het ligt in de lijn van de verwachtingen dat deze trend van branchevervaging zich in de toekomst zal voortzetten.

In paragraaf 4.3.1 is ingegaan op marktsegmentatie. Op dit gebied tekent zich echter een belangrijke trend af, die samenhangt met branchevervaging. Grote bedrijven gaan zich namelijk steeds meer richten op verschillende marktsegmenten door in hun assortiment duidelijk onderscheid te maken in prijs- en kwaliteitsklassen. Naast populaire artikelen worden in dezelfde zaak onder aparte merknamen ook kwaliteitsartikelen verkocht, waardoor het betere publiek gelokt wordt. Door deze marktpolitiek komen de speciaalzaken, die toch al veel omzet moesten afstaan aan branchevreemde concurrenten, nog meer onder druk te staan. Zij worden steeds meer teruggedrongen tot exclusieve artikelen en moeten de verkoop van bekende merkartikelen, waarin een redelijke omloopsnelheid te behalen is, steeds meer delen met derden. Dit afgedwongen grating-up-proces maakt de bestaansbasis van vele speciaalzaken wel erg smal. Ten nadele van de speciaalzaken werkt ook de ontwikkeling van de after-sale-service. Dit wordt ten dele veroorzaakt door de technische ontwikkeling die producten minder servicegevoelig maakt en door het uitbesteden van service aan de fabrikanten of gespecialiseerde reparatiebedrijven. Er zijn indicaties dat het grootwinkelbedrijf hier beter mee uit de voeten kan dan menig gespecialiseerd kleinbedrijf. Grote bedrijven, die bereid zijn reeds gekochte goederen zonder problemen te ruilen of geld terug te geven, hebben daardoor hun marktpositie behoorlijk weten te versterken.

4.3.3 *Grootwinkelbedrijf versus kleinbedrijf*

In het begin van deze eeuw voelden de kleine winkeliers zich ernstig bedreigd door het grootwinkelbedrijf, waar toen in feite slechts de eerste aanzetten voor werden gegeven. Men richtte middenstandsbanken op om te voorkomen dat spaargelden van middenstanders via banken in handen kwamen van 'de grote concurrent'.

Na de Eerste Wereldoorlog gingen winkeliers hun krachten bundelen op de inkoopmarkt om een vuist te kunnen maken tegen de groothandel en met name de industrie om te bereiken dat men op de inkoopmarkt een gelijke concurrentiepositie zou krijgen als het grootwinkelbedrijf.

De grossiers voelden zich eveneens bedreigd door het grootwinkelbedrijf, dat de neiging had zijn inkopen buiten hen om te doen, en zij richtten samen met de detailhandel vrijwillig filiaalbedrijven op. Door bundeling van krachten trachtte men de fabrikanten onder druk te zetten. De Spar was in 1932 het eerste vrijwillige filiaalbedrijf in ons land.

In de opbouwperiode na de Tweede Wereldoorlog nam het grootwinkelbedrijf het initiatief om samen met winkeliers uit het midden- en kleinbedrijf winkelcentra te bouwen, omdat men van mening was dat een winkelcentrum pas goed kan functioneren, als er naast grootwinkelbedrijven ook een aantal kleinere bedrijven uit verschillende branches in gevestigd worden. Met de NMB-bank werden door beide partijen afspraken gemaakt, waarbij de NMB via haar dochterinstelling MBO de taak kreeg de belangen van het mkb te coördineren en het mkb-aandeel in de ontwikkelings- en bouwkosten te financieren.

contract aangegaan met grootwinkelbedrijven en andere grootbedrijven. Hierdoor werden ze in de familie van het grootbedrijf opgenomen. Zoals een vrouw vroeger bij een huwelijk haar naam en haar bevoegdheid tot het nemen van zelfstandige beslissingen verloor, zo hebben deze ondernemers een belangrijk stuk van hun zelfstandigheid prijsgegeven, hoewel ze juridisch zelfstandig blijven en voor eigen rekening en risico blijven werken. Ook vestigen vele winkeliers hun zaak of een filiaal als concessionair in een grote supermarkt of warenhuis, waardoor de commerciële belangen van grootwinkelbedrijven en zelfstandige ondernemers op een wel zeer bijzondere wijze aan elkaar gekoppeld worden.

Daarnaast ontstaan er grote holdings, die vele tientallen middelgrote bedrijven uit diverse detailhandelsbranches en de dienstverlening overnemen, maar hen meestal een vrij zelfstandige status laten.

Deze korte schets van de veranderingen in de relatie tussen het grootbedrijf en het kleinbedrijf zou kunnen doen vermoeden, dat de vroegere tegenstellingen zijn verdwenen en dat er zich goede samenwerkingsvormen tussen groot en klein in de detailhandel hebben ontwikkeld.

Dit is echter niet het geval. Het voortbestaan van grote delen van het midden- en kleinbedrijf wordt ernstig bedreigd door het grootwinkelbedrijf. Dit blijkt uit tabel 4.8.

Tabel 4.8 Indexcijfers van ondernemingsomzetten (incl. BTW) in de detailhandel (1980 = 100)

Ondernemingen met	0 < 10 werknemers		10 < 100 werknemers		≥ 100 werknemers	
	1984	1985	1984	1985	1984	1985
Voedings- en genotmiddelen	93	92	102	102	136	140
Duurzame en overige consumptie goederen	95	96	93	96	113	123
Totale detailhandel	94	94	97	98	122	127

Bron: CBS Maandstatistiek Binnenlandse Handel.

Duidelijk komt naar voren, dat het mkb in de voedings- en genotmiddelensector, vooral de kleine ondernemingen met minder dan tien werknemers, ernstig te lijden hebben van de concurrentie van het grootwinkelbedrijf. Deze ontwikkeling gaat nog steeds door, hetgeen moge blijken uit tabel 4.9.

In bijlage 1 wordt bovenstaande segmentering van de foodsector toegelicht. Tabel 4.9 spreekt voor zich zelf en behoeft nauwelijks toelichting. Monshouwer zegt dan ook niets te veel als hij stelt: 'De categorie 'zelfstandig' lijkt door het grootwinkelbedrijf te worden weggeblazen'. Prodis geeft echter nog het volgende commentaar: 'Uit het overzicht blijkt dat de nationale en grote regionale filiaalbedrijven verder zullen stijgen in marktpositie. Echter het reeds eerder genoemde 'grijze middenstuk', bestaande uit franchisenemers (niet gelieerd aan het grootwinkelbedrijf), kleine regionale filiaalbedrijven en zelfstandige supermarkten, weet het gezamenlijk marktaandeel te handhaven. Het verlies aan marktpositie speelt zich vooral af bij de kleinere verkooppunten'¹⁸.

Voor de sector duurzame consumptiegoederen ontbreken gedetailleerde cijfers over marktaandelen. Volgens het EIM daalde het marktaandeel van het mkb in deze sector van 73% in 1980 tot 69% nu. Het EIM hanteert echter andere definities, waarbij apotheken en de verkoop van personenauto's en benzine buiten beschouwing blijven, terwijl niet-zelfstandige ondernemingen niet altijd statistisch onderscheiden kunnen

¹⁸ *Levensmiddelendistributie in 1985, ontwikkelingen en trends*; Utrecht, Prodis, 1986, blz. 16.

Tabel 4.9 Ontwikkelingen aantal verkooppunten en marktaandelen in de voedings- en genotmiddelen-detailhandel, 1985-1989

	1985		1989	
	Aantal verkooppunten	Markt-aandeel	Aantal verkooppunten	Markt-aandeel
A. Nationale filiaalbedrijven (w.v. franchisewinkels) (w.v. eigen filialen)	1300 (80) (1220)	42% (2%) (40%)	1420 (120) (1300)	45,5% (3%) (42,5%)
B. Grote regionale filiaalbedrijven (15 filialen of meer)	525	16%	580	17,5%
C. Kleine regionale filiaalbedrijven (minder dan 15 filialen)	200	6%	230	7%
D. Zelfstandige supermarkten (waarvan ondernemers met meerdere filialen)	1300	18,5% (6%)	1200	16,5% (8%)
E. Middelgrote ZB-winkels (aangesloten bij organisaties)	1000	6%	800	5%
F. Kleine levensmiddelen-zaken (aangesloten bij organisaties)	1600	3%	1200	2%
G. Overige levensmiddelen-zaken	2000	4,5%	1400	3%
H. Rijdende winkels	2400	4%	2200	3,5%
Totaal	10325	100%	9030	100%

Bron: *Levensmiddelendistributie in 1985, ontwikkelingen en trends*, Utrecht, Prodis, 1986.

worden van zelfstandige mkb-ondernemingen. Deze ontwikkeling is mede gestimuleerd door de sterke omzetsdaling in deze sector tijdens de achter ons liggende recessiejaren. De consument was toen sterk prijsgevoelig en meed daardoor de doorgaans duurdere speciaalzaak ten gunste van discountzaken en andere bedrijven met een scherp prijsbeleid. Het EIM verwacht dat het mkb-marktaandeel in de non-foodsector tot 1990 verder zal dalen naar 64%.

In paragraaf 4.4 zal meer uitvoerig aandacht worden besteed aan drie belangrijke factoren die de positie van het grootbedrijf hebben versterkt te weten:

- 'economies of scale';
- sterke positie op de inkoopmarkt;
- betere vestigingsplaatsen.

Maar eerst wordt in het kort ingegaan op het begrip zelfstandig ondernemer in samenhang met commerciële samenwerkingsvormen in de detailhandel.

4.3.4 *Wat is nog een zelfstandige ondernemer?*

Ondernemen is het nemen van beslissingen, waarvan men van tevoren niet zeker weet welke de gevolgen zullen zijn voor de onderneming. Deze beslissingen liggen op een breed en gedifferentieerd terrein. De voornaamste aandachtsgebieden voor een ondernemer zijn: de inkoop, de verkoop, de organisatie, de administratie, het personeelsbeleid en de financiering.

Deze aandachtsgebieden zijn uiteraard nader te preciseren. Zo hangt met de verkoop bijvoorbeeld het hele marketingbeleid samen en met de inkoop het voorraadbeleid. Bovendien hangen alle aandachtsgebieden on-

derling ten nauwste samen en dient de ondernemer derhalve te zorgen voor een evenwichtig en goed samenhangend beleid.

Bovendien moet bij het nemen van beslissingen onderscheid gemaakt worden tussen beslissingen met korte termijneffecten en beslissingen met lange termijneffecten, met andere woorden tussen operationeel en strategisch beleid. Het strategisch beleid geeft als het ware het kader aan waarbinnen het operationeel beleid wordt uitgevoerd. Tot het strategisch beleid behoren beslissingen over oprichting en beëindiging van een onderneming, de keuze van de rechtsvorm, belangrijke investeringen, de keuze van het marktsegment, de vestigingsplaatskeuze, de organisatiestructuur, het al of niet oprichten van filialen, de financiële structuur en ten slotte de beslissing met anderen samen te werken.

De ondernemer zal, naarmate een onderneming groter is, een deel van zijn beslissingsbevoegdheden delegeren aan zijn medewerkers. Als een ondernemer meer delegeert kan hij zijn aandacht meer concentreren op het strategisch beleid en zich ten aanzien van het operationele beleid beperken tot het (laten) controleren van de uitvoering. De ondernemer wordt dan steeds meer manager, die binnen de onderneming meestal samen met de raad van commissarissen de eindverantwoordelijkheid draagt.

Een van de wezenskenmerken van het mkb is dat de ondernemer (mede-) eigenaar is van zijn onderneming. Indien de ondernemer het eigendom van zijn onderneming moet delen met of heeft overgedragen aan derden, is er veelal geen sprake meer van een *zelfstandige* onderneming. Die geldt met name in situaties waarin derden participeren om hun eigen marktpositie te versterken en zich dus niet uitsluitend als belegger opstellen. In zo'n geval heeft de mede-eigenaar namelijk het recht en vaak ook de bedoeling om het belang ondergeschikt te maken aan of op zijn minst te integreren met de belangen van de overige ondernemingen binnen de groep. Omdat deze ondernemingen niet meer zelfstandig zijn, kunnen zij niet tot het midden- en kleinbedrijf worden gerekend (tenzij de groep waarvan deel wordt uitgemaakt aan de kwantitatieve normen van het mkb voldoet). Economisch gezien behoort zo'n onderneming dan tot het grootbedrijf. Helaas is het (nog) niet mogelijk deze niet (meer) zelfstandige ondernemingen, in de statistieken van het mkb af te zonderen.

Maar ook de ondernemer/eigenaar is niet voor de volle honderd procent autonoom. Hij moet bij zijn beleid voortdurend rekening houden met beperkingen vanuit de omgeving van zijn onderneming. Te denken valt hierbij aan de overheid met zijn veelheid van wetten en voorschriften, de concurrentie, collega's met name die in winkelcentra en het veranderingsproces in het maatschappelijke gebeuren, inclusief de technologische vernieuwing. De ondernemer zal zijn bedrijf binnen deze omgeving moeten loodsen naar een optimaal resultaat. De kleine ondernemer zal op de omgevingsfactoren geen of nauwelijks invloed kunnen uitoefenen, terwijl grote ondernemingen in bepaalde opzichten de omgeving wel degelijk kunnen beïnvloeden en soms zelfs naar hun hand kunnen zetten.

De autonomie van een onderneming kan echter ook beperkt worden door samenwerking met derden. Er zijn tal van vormen van samenwerking, waaronder vele met nauwelijks beperkingen van de autonomie. Er zijn echter ook samenwerkingsvormen, waarbij een ondernemer contractueel bepaalde beslissingsbevoegdheden delegeert aan een samenwerkingsorgaan buiten zijn onderneming. Hij verbindt zich hierdoor uitvoering te geven aan beslissingen op essentiële onderdelen van het bedrijfsgebeuren die door het samenwerkingsverband worden genomen. Het is niet mogelijk op deze plaats uitvoerig in te gaan op alle samenwerkingsvormen, die met name in de detailhandel van groot belang zijn. De bespreking blijft dan ook beperkt tot de drie bekendste commerciële samenwerkingsvormen; de inkoopcombinatie (IC); het vrijwillig filiaalbedrijf (VFB) en franchising.

Bij de IC bundelen zelfstandige detaillisten hun inkoop om daardoor betere inkoopcondities af te dwingen. Indien een individuele deelnemer

reële inspraak heeft bij inkoopbeslissingen van de IC en indien hij vrij is ook buiten de IC om in te kopen, kan er nauwelijks sprake zijn van verlies aan autonomie. Indien echter het inkoopbeleid wordt overgelaten aan het bureau van de IC en de deelnemer nauwelijks nog mogelijkheden heeft om buiten de IC om in te kopen, dan heeft zijn autonomie een flinke deuk opgelopen. Hier komt vaak nog bij dat in dergelijke situaties de samenwerking niet beperkt blijft (kan blijven) tot het inkoopgebeuren, maar zich neigt uit te breiden tot andere beleidsterreinen zoals voorraadbeheer, reclame, prijszetting, administratie, automatisering enzovoort. Hierdoor wordt de autonomie van de individuele ondernemer nog verder aangetast.

Het VFB is een vorm van verticale integratie, waarin grossiers samenwerken met detaillisten. Globaal zou men kunnen stellen, dat de grossiers bij een VFB in opdracht van de georganiseerde leden/detaillisten inkopen. In feite wordt het inkoopbeleid echter door de grossiers bepaald, die door fusies vaak uitgegroeid zijn tot belangrijke partijen op de inkoopmarkt. In het algemeen is de grip van het VFB op het beleid van de leden intensiever en veel omvattender dan bij IC's. De speelruimte voor eigen beleid van de leden wordt hierbij steeds kleiner, maar zij blijven werken onder eigen naam en voor eigen risico. Sommige VFB's hebben gepoogd binnen het organisatieverband filialen te stichten op gunstige vestigingsplaatsen om daardoor de marktpositie op de inkoopmarkt te beschermen. Hoewel dit geen succes is geworden, is het wel een bewijs, dat het belang van de leden/detaillisten niet altijd primair staat bij deze organisaties.

Franchising is een samenwerkingsformule die stringentere eisen aan de deelnemer stelt dan de IC en de VFB. Hierbij staat het ter beschikking stellen van de verkoopformule aan de franchisenemer voorop met als gevolg, dat een franchiseketen naar buiten toe opereert als een eenheid. De deelnemende onderneming verliest haar eigen handelsnaam ten gunste van de naam van de franchise-organisatie. Dit uit zich verder in de inrichting, het assortiment, de prijs, de reclame enzovoort. Hierbij moet de franchisenemer voorschriften soms tot in de details naleven. Naar binnen toe is een franchisenemer doorgaans ook verplicht uitsluitend via de franchisegever in te kopen en zich aan administratieve regels te houden. Er zijn franchiseketens, die uitsluitend de franchiseformule hantieren. Daarnaast hebben enkele bekende grootwinkelbedrijven zowel filialen als franchisenemers. Hoewel een franchisenemer met handen en voeten aan zijn organisatie gebonden is, komt hij niet in loondienst en blijft hij voor eigen rekening en risico werken. Hij blijft dus juridisch zelfstandig, maar van zijn economische zelfstandigheid blijft niet veel over. Hij onderscheidt zich nog maar in beperkte mate van een filiaalhouder. Men zou hem zelfs 'filiaalhouder nieuwe stijl' kunnen noemen. Hij behoort immers qua marktopstelling bij het filiaalbedrijf.

Hoe men het ook wendt of keert, samenwerking gaat bijna steeds ten koste van een stuk zelfstandigheid. Echter, dankzij hun bereidheid om samen te werken hebben veel zelfstandige winkeliers zich lange tijd goed weten staande te houden tegenover het grootwinkelbedrijf. Toch hebben de zelfstandige winkeliers de laatste decennia veel terrein moeten prijsgeven. De grondoorzaak hiervan is, dat een ondernemer zich van nature verzet tegen inlevering van beslissingsbevoegdheden. Hij wil zoveel mogelijk baas in eigen huis blijven en is moeilijk te overtuigen van de noodzaak tot volledige samenwerking met collega's op voor de marktpositie relevante gebieden. Steeds is hij geneigd zaken buiten zijn organisatie om te doen en zich te verzetten tegen verdergaande samenwerking. Bovendien behoudt hij zich zoveel mogelijk het recht voor om zonder al te veel problemen uit het samenwerkingsverband te kunnen treden. De commerciële organisaties werden daardoor geremd bij het voeren van een slagvaardig beleid. Zij moesten steeds maar compromissen sluiten tussen hun vooruitstrevende leden, die nauwer wensten samen te werken

en leden, die de boot afhielden. Bovendien waren er vaak grote belangentegenstellingen tussen de leden van eenzelfde organisatie. Kleine dorpswinkeliers hadden bijvoorbeeld geheel andere commerciële belangen dan de grote stadswinkelier. Mede hierdoor is het marketingbeleid van veel samenwerkingsverbanden in de detailhandel niet goed uit de verf gekomen. Men is dan ook (te) laat gekomen met een gesegmenteerd marketingbeleid voor min of meer homogene groepen winkeliers. Dit heeft tot gevolg gehad, dat honderden aangesloten ondernemingen uit hun eigen organisaties traden en aansluiting zochten bij sterkere organisaties met name het grootwinkelbedrijf, waarmee franchisecontracten werden gesloten. In het algemeen ging het hierbij om de grotere, dynamische en financieel sterkere zelfstandige ondernemers.

De vraag 'Wat is nog een zelfstandige ondernemer?' is hiermee niet afdoende beantwoord. Hiervoor is nog veel onderzoek en studie vereist. Dergelijk onderzoek is noodzakelijk om op basis hiervan een beleid te kunnen ontwikkelen waarbij het belang van de ondernemers uit het midden- en kleinbedrijf, bij samenwerking met derden, zo goed mogelijk tot zijn recht komt. Verdere samenwerking is voor een goed functionerende handel immers onvermijdelijk. Het zal beslist niet blijven bij de ongeveer 15.000 bij een organisatie aangesloten winkeliers, die zoeken naar een vorm van vrijheid in gebondenheid. Hierbij dient vooral gedacht te worden aan de zeer vele mkb-ondernemers in de detailhandel - volgens sommigen moet daar 75% toe gerekend worden - die weliswaar uitstekende beheerders van hun zaak zijn maar die niet over de kwaliteiten noch de ambitie beschikken hun zaak verder uit te bouwen en voorop te lopen bij vernieuwingen. Soms verdienen zij in hun bedrijf een behoorlijke boterham, maar meestal moeten zij met een bescheiden inkomen genoegen nemen. Het is juist deze groep ondernemers, die van samenwerking zou kunnen profiteren, omdat zij met name daarin steun kunnen ondervinden bij het inspelen op structurele veranderingen in de omgeving. Helaas moet geconstateerd worden dat juist deze mensen zich veelal distantiëren van iedere vorm van samenwerking. Daarnaast bieden goede commerciële organisaties startende ondernemers mogelijkheden om zich onder begeleiding te ontwikkelen en een levensvatbare onderneming op te bouwen.

4.4 Marktpartijen en marktstructuren

4.4.1 'Economies of scale'

Over 'economies of scale' heeft Nootboom diverse studies gepubliceerd¹⁹. Van zijn theorie wordt in het onderstaande een beknopte samenvatting gegeven.

Nootboom introduceert voor de behandeling van 'economies of scale' de begrippen drempelarbeid en drempelvloeroppervlakte, die samen de drempelkosten van de winkel vormen. Hij stelt namelijk, dat er altijd minstens één arbeidskracht beschikbaar moet zijn gedurende de openingstijden van een winkel, hoe laag de jaaromzet ook is. De drempelarbeid is derhalve gelijk aan de jaarlijkse openingstijd dat wil zeggen circa 2.500 uur of wel 1] arbeidsjaar. Dit geldt voor winkels met één afdeling of bedieningspunt, maar ook voor grotere zaken met meerdere bedieningspunten, bijvoorbeeld voor vers vlees, verse groenten en fruit. De drempel is dan gelijk aan de som van de loonkosten van een arbeidskracht gedurende de openingstijden van alle apart bemande afdelingen.

¹⁹ B. Nootboom, *Retailing, Applied Analysis in the Theory of the Firm*; Amsterdam/Uithoorn, J.C. Gieben, 1980 (diss.). Idem, 'A new Theory of retailing Costs'; *European Economic Review*, februari 1982 jaargang 17, blz. 163-186. Idem, 'Schaafeffecten en inkomensverdeling in de detailhandel'; *Economisch Statistische Berichten*, 13 juni 1977, jaargang 62 nr. 3112, blz. 664-669. Idem, *De structuur van kosten en winsten in de detailhandel*; Utrecht, Vivo Nederland, 1981. Idem, 'A mark-up model of retail margins'; *Applied Economics*, jaargang 17, 1985, blz. 647-667.

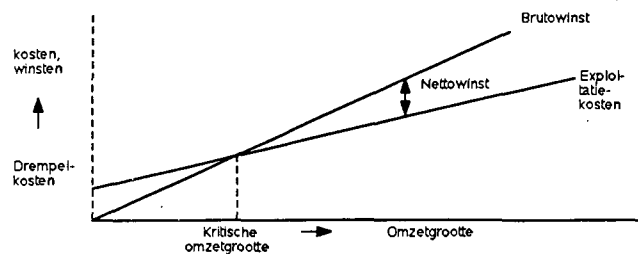
Er zijn overigens volgens Nooteboom wel indicaties dat men in recente jaren in supermarkten probeert de drempelkosten te verlagen door de openingstijden van sommige bedieningspunten te beperken of op stille momenten één kracht meer bedieningspunten tegelijk te laten bemannen. Bij het bepalen van de drempelvloeroppervlakte van de winkel wordt ongeveer 50 m² per afdeling gehanteerd.

Uit zijn zeer uitvoerige onderzoeken bleek ook – en dat is bepaald verrassend te noemen – dat de kostencurve bij omzetten boven de drempel rechtlijnig verloopt, met andere woorden bij hoge omzetten heeft de economie of scale nauwelijks invloed meer op de kosten.

Verder wijst Nooteboom op een aantal oorzaken van verschillen in produktiviteit naast het schaafeffect, zoals verschillen in loonvoet, in assortiment, in het patroon van het klantenbezoek, in het gemiddelde aankoopbedrag per klant, het gebruik van technische hulpmiddelen en uiteraard in de beheerskwaliteiten van de ondernemer. Kortom, hij constateert een gecompliceerde samenhang tussen aanbodsfactoren en vraagfactoren.

Tevens komt uit het onderzoek naar voren, dat er een ruime variatie van de brutomarge (verkoop minus inkoop als percentage van de verkoop) is als gevolg van verschillen in assortiment, service, wijze van bevoorrading en waarschijnlijk ook van de concurrentiepositie van een bedrijf. Er blijkt echter geen systematisch verband te bestaan tussen procentuele brutowinst en omzetgrootte (althans zolang de winkels voldoende vergelijkbaar zijn qua type). Dit betekent, dat de concurrentie van dien aard blijkt te zijn – in samenhang met de mobiliteit van de consument – dat de kleinere winkel zich over het algemeen geen hogere marge kan permitteren dan de grotere winkel. Hier volgt echter ook uit, dat eventuele kwantumkortingen voor inkopen op grote schaal over het algemeen wordt doorgegeven aan de consumenten in de vorm van lagere consumententprijzen. Hieruit trekt Nooteboom de conclusie dat de brutowinst recht evenredig is met de omzet. Rekening houdend met de reeds besproken drempelkosten kan de relatie tussen bedrijfsresultaat (netto winst) en de omzetgrootte binnen een winkeltype als volgt worden geïllustreerd:

Grafiek 4.2 Relatie tussen nettowinst en omzetgrootte



Bron: Nooteboom: De structuur van Kosten en Winsten in de detailhandel; Utrecht Vivo Nederland, 1981.

Als gevolg van de drempelkosten zien wij hier de bekende ‘kritische omzet’ naar voren komen: de omzet behorende bij het winkeltype, waar beneden men gemiddeld geen positief economisch resultaat kan behalen. Voor de kleine winkels betekent dit veelal dat de ondernemer of zijn echtgenote de consument een onbetaald beschikbaarheidsnut verschaft. Het betekent echter ook dat het slechte rendement van kleine vestigingen in de eerste plaats het gevolg is van de drempelkosten en niet van slecht beheer. De marginale bedrijfjes blijven echter vaak voortbestaan omdat de ondernemer geen echt alternatief heeft of over een aanvullend inkomen (bijv. pensioen) beschikt.

Door rekening te houden met stijgende arbeidsproduktiviteit en andere efficiency verhogende factoren krijgt het model van Nooteboom een dynamisch karakter. Hij constateert, dat in de periode 1960-1975 er in de

algemene levensmiddelenhandel sprake is geweest van een stijging van de gemiddelde arbeidsproductiviteit per vestiging exclusief schaal­effect van gemiddeld ongeveer 5% per jaar reëel. Hiervan kan 3% per jaar worden toegeschreven aan een toename van het aandeel van part-time-arbeid, dat in deze periode voor deze sector steeg van 10,3% naar 34,8%. Op langere termijn verwacht Nooteboom, dat part-time-arbeid een plafond zal bereiken – een veronderstelling die voorlopig niet be­waarheid schijnt te worden – waardoor het tempo van efficiency-verbetering aanzienlijk zou dalen. Terecht wijst hij ook op mogelijkhe­den voor efficiency-verhoging ten gevolge van ontwikkelingen in de au­tomatisering, die overigens ook een verhoging van de drempelkosten zul­len kunnen veroorzaken.

Nooteboom heeft vervolgens een model ontwikkeld dat de brutomarge als een optekenmarge op de gemiddelde exploitatiekosten exclusief belo­ning voor de arbeid van de ondernemer verklaart. De hoogte van deze optekenmarge hangt af van:

- de gemiddelde omzetgrootte per vestiging: schaalvergroting leidt tot een daling van de procentuele marge;
- het luxe karakter van het assortiment en de service;
- de concurrentiepositie van het winkeltype: gedurende de fase van de snelle groei bijvoorbeeld is de gemiddelde procentuele marge relatief groot.

Door dit margemodel worden effecten in onderling verband gebracht en gekwantificeerd. Daardoor kunnen er prognoses mee worden gemaakt en veronderstellingen worden doorgerekend. Aldus kan het effect op de marge van voortgaande schaalvergroting worden doorberekend onder de veronderstelling dat alle andere effecten hetzelfde blijven.

Zo bleek bijvoorbeeld dat een daling van de consumptieve bestedingen met 5% leidt tot een marge, die een half procent punt (0,5%) lager is dan de marge bij gelijkblijvend niveau van de consumptieve bestedingen.

Tabel 4.10 illustreert de werking van dit model.

Tabel 4.10 Opbouw van de gemiddelde procentuele brutomarge in 1979 (in procenten)

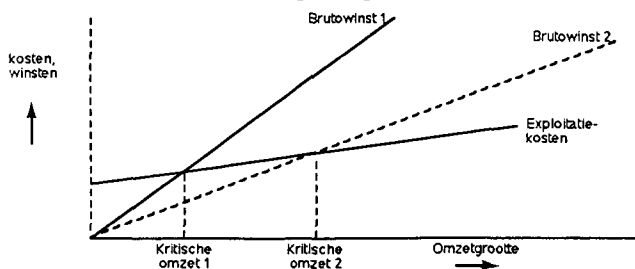
Winkeltype	Procentuele kosten (1)	Effect van schaal­grootte (2)	Assorti­ment­effect (3)	Marktaan­de­effect (4)	Bestedings­effect (5)	Berekende marge (6) (1+2+3+4+5)	Waargeno­men marge (7)
Zelfstandig zelfbedie­nings­bedrijf	15,5	1,4	2,2	-0,05	0,3 (0,0)	19,4 (19,1)	18,8
Zelfstandige supermarkten	17,4	0,3	2,2	0,2	0,4 (0,0)	20,4 (20,1)	20,2

Bron: B. Nooteboom, *De structuur van kosten en winsten in de detailhandel*; Utrecht, Vivo Nederland, 1981.

Het margemodel toont aan dat schaalvergroting leidt tot een verkrapping van de procentuele marge. Dit heeft echter ook consequenties voor de kritische omzet, zoals in grafiek 4.3 wordt geïllustreerd.

Als de lijn van de exploitatiekosten niet verschuift en de procentuele marge daalt, met als gevolg een draaiing van de lijn van de brutowinst, dan schuift de kritische omzet omhoog. Er is dus sprake van een positieve terugkoppeling: de kritische omzet leidt tot schaalvergroting, welke via een krappere marge leidt tot een stijging van de kritische omzet, hetgeen vervolgens weer een impuls geeft voor verdere schaalvergroting. Het is echter bijzonder jammer, dat het effect van ondernemingsgrootte (via onder andere inkoopvoordelen, risicospreiding, taakverdeling) door Nooteboom niet in zijn model kan worden opgenomen wegens, zoals hij

Grafiek 4.3 Effect van een margedaling



Bron: Nootboom, *op. cit.*

zelf zegt, gebrek aan cijfers. Naar mijn mening is de invloed hiervan met name in perioden met teruglopende omzetten bijzonder groot, zoals uit paragraaf 4.4.2 zal blijken.

Na deze theoretische analyse gebaseerd op het baanbrekende werk van Nootboom wordt deze paragraaf afgesloten met enkele gegevens over ontwikkelingen in de levensmiddelensector, die het theoretisch model globaal blijken te bevestigen.

In een rapport van Prodis wordt het volgende gesteld: 'Ten aanzien van de produktiviteit heeft de zelfstandige handel een grote achterstand op het GWB. In 1982 bedroeg de omzet per m² verkoopvloeroppervlakte bij Albert Heijn blijkens hun jaarverslag f 14.900,-. Wij hebben de indruk dat dit bij discountwinkels niet lager ligt. In de zelfstandige handel bereikten de grotere verkooppunten in het algemeen f 9 à 10.000,- per m², terwijl de kleinere winkels hierbij achterblijven. De omzet per kracht bedroeg in 1982 bij Albert Heijn f 382.000,- per jaar; bij de zelfstandige supermarkt was dit circa f 300.000,-. Deze aanzienlijke verschillen in produktiviteit veroorzaken uiteraard grote afwijkingen in kostenniveaus'. Prodis voegt hieraan met het nodige voorbehoud toe: 'Uit gegevens van het EIM en andere bronnen kan worden afgeleid, dat de rentabiliteitspositie van vele kleinere verkooppunten kritisch is'²⁰. Meer recent wijst Prodis op een verdere aftakeling van de vloerproduktiviteit van de kleine zelfstandigen. Tabel 4.11 is op dit punt overduidelijk²¹.

Tabel 4.11 De ontwikkeling in vloerproduktiviteit (tegen constante prijzen) 1982-1985 (1982 = 100)

	1983	1984	1985
Nationale filiaalbedrijven	97	99	102,5
Regionale filiaalbedrijven	99	102,5	104,5
De vijf commerciële organisaties	96	93	96
Overige zelfstandige handel	95	90	85
Totaal	97	97	98

Bron: Levensmiddelendistributie in 1985, ontwikkelingen en trends; Utrecht, 1986.

Uit tabel 4.11 komt duidelijk naar voren, dat het grotere bedrijf na een aanvankelijke teruggang er in slaagt zijn produktiviteit geleidelijk op te voeren. De vijf commerciële organisaties boekten in 1985 een herstel met 7%, na een teruggang van 1982 tot 1985. De aanhoudend teruggaande produktiviteit van de overige zelfstandige handel is zorgwekkend. Dit blijkt eveneens uit de vermindering van de vloeroppervlakte van deze ondernemingen in deze periode met niet minder dan 18%. Dit laatste kan worden verklaard door de opschuiving van de kritische omzet zoals in

²⁰ Prodis, *op. cit.* (1983), blz. 100.

²¹ Prodis, *op. cit.* (1986), blz. 19.

grafiek 4.3 wordt weergegeven, waardoor steeds meer kleine winkels submarginaal worden en uiteindelijk worden opgeheven.

4.4.2 *Relatie detailhandel, groothandel, industrie*

In theorie zijn binnen een bedrijfskolom de functies van detailhandel, groothandel en industrie te onderscheiden, maar in de praktijk zijn ze op tal van manieren met elkaar verweven. Dit is niet zo verbazingwekkend, omdat alle drie de functies zich uiteindelijk richten op de consument, daarbij trachtend een zo goed mogelijke positie op de consumentenmarkt te bewerkstelligen voor de artikelen die worden geproduceerd dan wel verhandeld. Het logisch gevolg hiervan is een sterke neiging tot een vergaande wederzijdse beïnvloeding in deze drie fasen. In de literatuur wordt dit verschijnsel wel aangeduid met Verticale Marketing Systemen (VMS): 'De producent neemt direct deel aan en is mede verantwoordelijk voor het commerciële beleid van de detailhandelaar, respectievelijk de groothandelaar'²².

In het VMS neemt de industrie van oudsher de sterkste positie in. De industrie was de 'channel captain', maar in veel branches heeft zich een machtsverschuiving voorgedaan ten gunste van de distributie en wel om de volgende redenen:

- door het concentratieproces in de distributie met name in de levensmiddelensector zijn fabrikanten steeds meer economisch afhankelijk geworden van een beperkt aantal grote afnemers;
- de positie van de Nederlandse industrie is op de binnenlandse markt verzwakt door een toenemende import van artikelen, die bij buitenlandse aanbieders tegen lagere prijzen verkrijgbaar zijn dan in Nederland (parallele importen) en door import van compenserende artikelen. Volgens het Centraal Planbureau bedroeg het binnenlandse marktaandeel van in Nederland geproduceerde industriële artikelen in de periode 1969/1973 59,5%, maar in 1986 nog slechts 48,5%²³. Deze internationalisering van de Nederlandse consumptie zal zich ook in de komende jaren verder voortzetten. Een extreme situatie doet zich voor bij de textiel-, kleding-, leder- en schoenindustrie waar het aandeel van het Nederlandse produkt in dezelfde periode daalde van 47,5% tot 14%;
- door het verdwijnen in het begin van de jaren zeventig van de verticale prijsbinding werd de grip van de industrie op het prijsbeleid van de detailhandel aanzienlijk minder.

De rol die de industrie binnen het VMS speelt, vertoont per bedrijfstak grote verschillen. Er zijn vooral grote verschillen te constateren tussen de levensmiddelensector, waar het concentratieproces het verst is voortgeschreden en de overige sectoren.

De non-foodsectoren

Het is echter niet mogelijk een globaal beeld te schetsen van de *relatie detailhandel/industrie* voor de *non-foodsectoren* als geheel. Daarom wordt volstaan met het geven van een aantal voorbeelden over de werking van het VMS in een aantal branches. Tevens zullen enkele vrij veel voorkomende organisatiestructuren worden behandeld.

In de distributie van olieprodukten hebben de oliemaatschappijen een sterke positie, met name doordat zij via franchisecontracten een zeer sterke grip hebben op het merendeel van de benzinepomphouders. De oliemaatschappijen maken samen met de overheid uit wie op een bepaald vestigingspunt een pompstation mag laten exploiteren. Een ander voorbeeld is de auto-industrie die de autoverkoop domineert

²² J.M. Desain, *Economisch Dagblad*, 20 juli 1984.

²³ Centraal Planbureau, *De Nederlandse economie in 1990*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1986, tabel bijlage D 7.

via haar dealernet. Dealers zijn zoals bekend sterk merkgebonden en zijn contractueel verplicht bepaalde vrij nauwkeurig omschreven regels over prijs en services in acht te nemen. Tevens worden er afspraken gemaakt over de omzet die een dealer geacht wordt te kunnen halen binnen het marketingbeleid van de autofabrikant.

In een aantal andere branches maken fabrikanten gebruik van het franchisesysteem. Zij bepalen dan als franchisegever de verkoopformule, waaraan de detailhandel gebonden is. Dit treft men onder meer bij naaimachines, wol, keukens, meubels en schoenen.

In weer andere branches speelt de merknaam van de fabriek een centrale rol bij de marketing, waarbij de leverancier vaak uitsluitend levert aan detaillisten, die bereid zijn een marketingbeleid te voeren, dat parallel loopt met het marketingbeleid van de fabrikant. Dit is een vorm van selectieve distributie, die zeer veel voorkomt. In deze samenwerking heeft de fabrikant een dominante positie, die echter in principe veel minder ver gaat dan bij franchising. Het voordeel voor de detaillist is, dat hij het alleen verkooprecht heeft in zijn marktgebied. In paragraaf 4.3.2 is echter al geattendeerd op het verschijnsel, dat grootwinkelbedrijven door interne marktsegmentatie een groeiend aandeel krijgen in de verkoop van dergelijke merkartikelen.

In paragraaf 4.3.1 is een voorbeeld gegeven van winkelformules in de elektronische detailhandel, waaruit blijkt dat de relatie van de producent van merkartikelen met een speciaalzaak veel hechter is dan met een discountzaak.

De positie van de fabrikant in zijn relatie met de groothandel en/of detailhandel is in hoge mate afhankelijk van de sterkte van zijn merkartikelen op de markt. Hij zal bij zijn marketinginspanningen trachten zijn merkartikel onmisbaar te doen zijn in het assortiment van zijn afnemers. Hierom zal hij de consumentenmarkt rechtstreeks blijven bewerken.

Niettemin wordt de marktpositie van veel merkartikelen minder sterk en moeten fabrikanten in toenemende mate concessies doen aan grote(re) afnemers en inkoopcombinaties in de vorm van kwantiteitskortingen of andere vormen van prijsreducties, mede om verder relatieverlies aan buitenlandse concurrenten te voorkomen. Er valt zelfs een toenemende tendens te constateren, dat grote detaillisten eigen (winkel)merken gaan voeren. Hierbij weten ze vaak extra inkoopkortingen te verkrijgen, terwijl ze bij hun verkoop volledig hun eigen gang kunnen gaan. De Nederlandse fabrikanten voelen zich des te meer bedreigd nu grote detailhandelscombinaties een zeer actieve inkooppolitiek voeren in het buitenland al dan niet via eigen buitenlandse vestigingen.

Belangrijker nog is de bedreiging voor het Nederlandse fabrikaat door het toenemend aandeel van buitenlandse ondernemingen in de hiervoor geschetste vormen van commerciële samenwerking. Sommige industriële bedrijven hebben in reactie hierop voor een geheel andere marktbenadering gekozen, waarbij de detailhandel geheel wordt uitgesloten. Zij richten eigen winkels op al dan niet naast verkoop via de traditionele kanalen. Andere producenten gaan de detailhandelsfunctie uitoefenen via het huren van schapruimte in winkels.

Overigens zijn er fabrikanten die hun verkoop al veel langer leiden via een eigen filialennet. Een opmerkelijk initiatief werd onlangs door Hatema genomen, die in de woninginrichtingsbranche een nieuwe winkelformule introduceerde, waar consumenten in een kijkshopachtige winkel met sterk afwijkende openingstijden een keuze kunnen maken waarna rechtstreeks uit de fabriek geleverd wordt.

Dit gaat verder dan de traditionele verkoop vanuit de fabriek, die in sommige branches van betekenis is. Het ligt in de lijn van de verwachtingen, dat de industrie in de toekomst ook als postorderbedrijf, al dan niet gebruik makend van moderne communicatiemiddelen, gaat optreden.

Er zijn echter ook voorbeelden van een achterwaartse integratie in de non-foodsector, waarbij de detailhandel of groothandel de produktiefunctie overneemt. Dit speelt met name in de textielsector.

De levensmiddelensector

In de *levensmiddelensector* is de marktpositie van de *industrie* de laatste jaren sterk ondermijnd als gevolg van de eerder genoemde enorme concentratie in dit deel van de *detailhandel* (zie tabel 4.9). Deze zwakkere marktpositie komt onder meer tot uiting in de zogenaamde merkenstrijd, waar de fabrikanten met hun merken (A-merken) veel concessies hebben moeten doen aan de eigen merken van de detaillisten. De gevolgen van deze merkenstrijd komen niet zozeer tot uitdrukking in een teruggang van het marktaandeel van A-merken (het marktaandeel van de A-merken in de levensmiddelen is nog steeds circa 60%) maar veel meer in de prijsconcessies die de distributiesector heeft afgedwongen, vooral in de achter ons liggende recessiejaren. In een dergelijke situatie van grote overcapaciteit en stagnerende export wisten grote detaillisten en in mindere mate groothandelsorganisaties vaak dusdanig extreem lage inkooprijzen te bedingen voor artikelen, die ze onder eigen merken verkochten, dat een rendabele verkoop ver onder de prijs van het A-merk mogelijk was. Deze verkoopprijs lag in sommige gevallen zelfs duidelijk onder de inkoopprijs, die de zelfstandige detailhandel moest betalen. De prijzen die diverse afnemers in rekening werden gebracht verschilden veel meer dan op grond van het functionele verschil, dat samenhangt met order- respectievelijk omzetgrootte, kon worden verwacht. Op deze ontwikkeling wordt door Prodis nader ingegaan²⁴. Het is duidelijk dat de industrie ter bescherming van de marktpositie van zijn A-merken gedwongen werd ook deze aanzienlijk in prijs te verlagen met als gevolg dat de rentabiliteit van veel merkartikelenfabrikanten onder zware druk kwam te staan.

Nu de economie zich aan het herstellen is zijn de spanningen in dit marktsegment afgenomen, maar de discrepantie tussen inkooprijzen van enkele groten en vele kleinen blijft onaanvaardbaar groot en bij gevolg zijn de overlevingskansen van vele, vaak kleine, ondernemingen uiterst gering.

Een logisch gevolg van de hier geschetste verhoudingen is ook, dat er vanuit de detailhandel integratie met industriële bedrijven heeft plaatsgevonden. Dit is echter geen overheersende trend geworden, vooral omdat het grootwinkelbedrijf meer prioriteit geeft aan diversificatie en internationalisatie.

De positie van de groothandel

De klassieke functie van de *groothandel* ligt op het terrein van de inkoop, het voorraad houden, het leveren aan bedrijfsmatige afnemers en kredietverlening gekoppeld aan de goederenstroom. De groothandel heeft dus een intermediaire functie, waarbij artikelen van diverse producenten worden gecollecteerd, opgeslagen en over een groot aantal afnemers gedistribueerd. In het VMS wordt de functie van de groothandel voortdurend bedreigd, zowel van de zijde van de industrie als van de detailhandel. Hoewel de groothandel in deze strijd veel terrein heeft moeten prijsgeven, is de groothandel in de distributie een belangrijke positie blijven innemen mede dankzij functie-uitbreiding, met name binnen vrijwillige filiaalbedrijven en inkoopcombinaties.

In de *levensmiddelensector* is op de volgende terreinen sprake van taakuitbreiding:

- verwerving van onroerend goed;
- financiering van onroerend goed en winkelinrichting;
- advisering en voorbereiding van verbouwingen en winkelinrichting;
- winkeladministratie;
- automatisering;
- advisering ten aanzien van voorraad- en assortimentsbeheer;

²⁴ Prodis, *op. cit.* (1986), blz. 152 e.v.

- marketing;
- garanties bij financiering ²⁵.

Pogingen van groothandelsondernemingen om eigen detailhandelsbedrijven op te richten of bestaande bedrijven, al dan niet gedwongen, voor eigen rekening voort te zetten zijn in veel gevallen weinig succesvol geweest. De uitbreiding van het dienstenpakket heeft uiteraard geleid tot stijging van de kosten, die via verhoogde tarieven werden doorberekend. Vooral binnen VFB's, waar de op eigen winstvergroting uit zijnde grossiers in feite de dienst uitmaken, heeft deze strategie tot grote spanningen geleid en tot uittreding van detaillisten uit de organisatie. Er treedt daarom een tendens op om de all-in-tarieven te vervangen door per geleverde dienst gespecificeerde tarieven.

Ook in de *non-foodsectoren* neemt het aantal en de betekenis van commerciële organisaties toe en wel in toenemende mate volgens franchiseformules. Ook hier laat zich een taakuitbreiding van de groothandel constateren met name op het gebied van marketing. Daarbij valt het op dat de groothandel vaak de initiatiefnemer is van en de leidende rol speelt in nieuwe franchiseketens. Vermeldenswaardig is in dit verband het confectiecentrum in Amsterdam. Dit is wel een bijzonder geslaagd voorbeeld van samenwerking tussen groothandelsondernemingen, die op deze wijze hun afnemers een continu overzicht geven van hun gezamenlijk aanbod in deze modegevoelige branche. Enkele branches (o.a. juweliers- en schoenenbranche) hebben een maandelijks dan wel veertiendaagse beurs in de Jaarbeurs in Utrecht. In de overige branches wordt door de groothandel veel gebruik gemaakt van beurzen in binnen- en buitenland om een overzicht van het aanbod te bieden. Op dergelijke beurzen komt het principe van de vrije markt eerst goed tot zijn recht.

Vele groothandelsbedrijven treden op als (alleen) vertegenwoordiger van vooral buitenlandse fabrikanten. Dit is een vorm van samenwerking, die beperkt kan blijven tot louter inkoop en verkoop, maar dikwijls veel verder gaat. Zo ver zelfs dat de vertegenwoordiger in feite het gehele marketingbeleid van de fabrikant uitvoert en daardoor in zekere zin namens hem invloed uitoefent op het detailhandelsgebeuren als ware hij de fabrikant zelf. Het is geen uitzondering dat fabrikanten gebruik maken van een groothandel bij de opbouw van een marktpositie om vervolgens de groothandel over te nemen. Het komt echter ook voor, dat de functie van groothandelaar beperkt blijft tot het boeken van orders, die vervolgens door de fabriek zelf rechtstreeks worden uitgevoerd.

Ten slotte nog enkele opmerkingen over de zelfbedieningsgroothandel, die ondanks vroegere prognoses, geen grote expansie vertoont. Deze distributievorm bleek bij de detailhandel niet aan te slaan. Het accent van de activiteiten van de zelfbedieningsgroothandel ligt thans bij grootverbruikers (kantine, horeca) en non-food-artikelen, maar steeds minder bij levensmiddelen. Om in een zelfbedieningsgroothandel te mogen kopen moet de afnemer over een kooppas (pasjesregeling) beschikken. Hiermee wordt beoogd te voorkomen dat consumenten tegen groothandelscondities kopen. Door de grote diversiteit van de doelgroep is het aantal pasjeshouders echter zo groot geworden, dat in feite een belangrijk deel van de omzet bestaat uit consumentenbestedingen. Dit roept telkens weer irritatie op bij de detailhandel. Zo werd onlangs door de Tweede Kamer aan de regering gevraagd actie te ondernemen tegen uitbreiding van de pasjesgroothandel.

4.4.3 *Spreiding van het winkelapparaat*

Toen de begrippen 'bestemmingsplan' en 'ruimtelijke ordening' nog niet bestonden en een winkelier zich op iedere willekeurige plaats kon vestigen, ontstonden er spontaan winkelconcentraties naast op hoeken

²⁵ *Ibid.*, blz. 138-139.

van straten verspreide winkels. Om allerlei redenen, waarop hier niet wordt ingegaan, ging de overheid zich intensief bemoeien met de situering en omvang van het detailhandelsapparaat. Er ontstonden geplande winkelcentra die qua omvang en voorzieningenpakket waren afgestemd op de (toekomstige) behoefte van de consumenten in het marktgebied. Distributieplanologisch onderzoek ging vaak vooraf aan de opzet van dergelijke winkelcentra. Gezien de onberekenbaarheid van het consumptiegedrag, voortdurende wisselingen in het consumptiepatroon alsmede veranderingen in de migratie (stad naar platteland en weer terug), is het vrijwel niet mogelijk voor langere termijn een gewenst voorzieningenniveau te plannen. Met het oog op een optimaal voorzieningenniveau voor de hele bevolking werd onderscheid gemaakt tussen diverse soorten winkelcentra:

- buurtwinkelcentra met een assortiment afgestemd op de dagelijkse behoefte van de in de nabijheid wonende mensen;
- wijkwinkelcentra met een assortiment waarin naast artikelen, die men dagelijks nodig heeft, ook andere artikelen, die men weinig frequent koopt, voorkomen;
- stadsdeelcentra in omvangrijke woongebieden van grotere steden met een beperkter assortiment dan de hoofdcentra;
- hoofdcentra met de hoogste graad van distributieve verzorging. Deze worden gezien als de hoogste geleiding in de distributiestructuur.

Onder de aldus tot stand gekomen centra bevinden zich tal van niet geplande winkelconcentraties, die reeds langer bestonden. In veel gevallen zijn deze gemoderniseerd (beluifeling, verkeer vrij gemaakt). Daarnaast zijn er echter nog enkele tienduizenden verspreide winkels, gelegen binnen de oude bebouwing van steden en dorpen.

Het distributieplanologisch beleid berust op een goede samenwerking tussen de plaatselijke overheid, projectontwikkelaars, wetenschappelijk onderzoek en de detailhandel. Deze laatste werd voor wat mkb betreft in vele gevallen mede vertegenwoordigd door de MBO, een dochterinstelling van de NMB-bank. Ondanks de grote zorgvuldigheid die werd betracht bij het tot stand komen van nieuwe winkelcentra, blijkt de detailhandelsstructuur lang niet altijd optimaal te zijn. 'De ontwikkelingen die zich de afgelopen decennia in de detailhandel hebben voorgedaan, hebben de oorspronkelijke detailhandelsstructuur sterk onder druk gezet. Het gaat hierbij vooral om de tendenties tot schaalvergroting en vestiging van bepaalde detailhandelsondernemingen buiten de daarvoor bestemde winkelgebieden. Mede onder invloed van deze ontwikkelingen lijden vele buurtwinkelcentra een kwijnend bestaan. Naar verwachting heeft slechts circa 50% van deze centra nog enige toekomst. Het ziet er naar uit dat de tendens tot vestiging buiten de bestaande winkelgebieden zich ook in nieuwe detailhandelsbranches zal gaan aandienen. De vraag is hoe vanuit het ruimtelijk beleid hierop het best kan worden ingespeeld' ²⁶.

De grootste problemen liggen duidelijk bij de buurtwinkelcentra, waaraan ook verspreide winkels met een buurtfunctie toegevoegd kunnen worden. Men heeft bij de planning kennelijk de voorkeur van consumenten om convenience goods dicht bij huis te kopen overschat. Bolt trekt in zijn studie de volgende conclusie: 'Het blijkt dat kleine buurtcentra of een solitaire supermarkt doorgaans minder dan 50% van de bestedingen in de foodsector binnen het 'eigen verzorgingsgebied' weten te binden. Dergelijke voorzieningen kunnen in grote stadswijken (met centra van hoge orde) veelal zelfs niet meer dan 25 procent van de koopkracht van het 'eigen rayon' voor zich zelf opeisen' ²⁷.

Als oorzaak voor deze onbevredigende situatie kan worden gewezen op een aantal ontwikkelingen die eerder zijn vermeld:

²⁶ *Ruimtelijke Verkenningen 1985-1986*; 's-Gravenhage, Rijksplanologische Dienst, 1986 blz. 56.

²⁷ E.J. Bolt, *Detailhandelsruimte in Nederland*; Diemen, MBO/CIMK, 1982, blz. 46.

- gezinsverdunding waardoor de bevolkingsdichtheid in het verzorgingsgebied daalt;
 - toegenomen mobiliteit van de consument met name door het grotere autobezit;
 - meer vrije tijd van de consument;
 - als gevolg van technologische ontwikkelingen is de frequentie van het boodschappen doen lager (ijskasten, vriezers en de grotere vervoerscapaciteit van een auto);
 - meer prijsbewustheid van de consument bij toenemende prijsdiscriminatie tussen grote en kleine winkels;
 - de reclame van het grootwinkelbedrijf trekt koopkracht uit de buurtcentra weg;
 - omzetverlies leidt tot sluiting van winkels, waardoor het assortiment in centra incompleet wordt met name het wegvallen van de supermarkt ontnemt de bestaansbasis aan de overblijvende speciaalzaken;
 - schaaleffecten met als gevolg lagere rendementen van buurtwinkels.
- ten Zeldam schrijft: 'Van de circa 60.000 verspreide winkelvestigingen in ons land is circa twee derde verkeerd gesitueerd. Circa 20.000 winkels hiervan zullen in de toekomst willen verhuizen naar een meer centrale winkelconcentratie'²⁸. Dit alles wijst op een sterk afnemende winkeldichtheid en een verdergaande concentratie in grote(re) winkelcentra. Er zijn echter steeds sterker wordende krachten in de richting van deconcentratie, welke leiden tot het ontstaan van zogenaamde themacentra als meubelcentra en bouwcentra. Deze tegenkrachten zijn zo sterk, dat het op afremming van perifere detailhandelsvestigingen gericht overheidsbeleid in 1984 werd aangepast en geactualiseerd: 'Daarin heeft zij (de regering) onder meer vastgesteld dat, naast ondernemingen die explosiegevaarlijke stoffen, volumineuze goederen of bepaalde ambachtelijke producten verkopen, ook meubelcentra en bouwcentra zich onder bepaalde voorwaarden buiten winkelgebieden kunnen vestigen'²⁹. Wanneer de ontwikkeling ook in andere branches in de richting gaat van steeds meer themacentra, kan dit ten koste gaan van de compleetheid van de winkelcentra in de binnenstad en leiden tot verkeerscongestie rond deze themacentra.

Er vinden echter nog meer ingrijpende wijzigingen in winkelcentra plaats, zoals uit onderstaand citaat blijkt: 'Ontwikkelingen geven aan dat het binnenstedelijk winkelapparaat zich in versterkte mate gaat specialiseren. Het recreatief winkelen heeft de toekomst. Het veranderend koopgedrag van de consument zal de komende jaren tevens leiden tot een aantal produktinnovaties. Als nieuwe detailhandelsvorm bijvoorbeeld, introduceert MBO eind 1987 in het winkelcentrum de Amsterdamse Poort, de Shopperhal. Hier zullen enkele tientallen ondernemers kleine gespecialiseerde assortimenten op een thematische wijze aan de consument aanbieden'³⁰.

Volgens de nieuwere inzichten worden winkelcentra meer dan vroeger geïntegreerd met wonen en werken van de bevolking. In dit verband nemen dienstverlenende (overheids)instellingen een belangrijke plaats in. Er komen voorzieningen voor de pauzerecreatie van werknemers en het aanbod stelt zich hier op af. Hier hoopt men tevens mee te bereiken, dat winkelcentra 's avonds minder uitgestorven zijn. De markt voor de bouw van grote stadsdeelcentra is echter vrijwel verzadigd. Voor de bouw van kleinere projecten blijkt echter nog een vrij grote belangstelling te bestaan. In april 1985 waren er 70 winkelprojecten in ontwikkeling, waarvan 63 met een vloeroppervlakte van < 10.000 m²; de helft zelfs kleiner dan 3000 m².

Het recreatief winkelen stelt zeer hoge eisen aan de voorzieningen van

²⁸ P.A. ten Zeldam, *De bewinkeling in Nederland*; Amsterdam, Planologisch en Demografisch Instituut, Universiteit van Amsterdam, 1986, blz. 60.

²⁹ *Ruimtelijke Verkenningen 1985-1986*; 's-Gravenhage, Rijksplanologische Dienst, 1986 blz. 56.

³⁰ T. Liebe, 'Toekomst en strategie MBO'; *NMB Bankkrant*, november 1985.

winkelcentra, waaraan de oudere centra niet kunnen voldoen. Een belangrijk aspect hierbij is het ontbreken van bescherming tegen klimatologische invloeden en horecavoorzieningen alsmede de assortimentssamenstelling.

Om verdere afbrokkeling van bestaande winkelcentra te voorkomen zullen levensvatbare buurt- en wijkcentra ingrijpend gemoderniseerd moeten worden en waar mogelijk uitgebreid. Het belang van uitbreiding van winkelcentra voor de leefbaarheid van de binnensteden is soms zo groot, dat ingrijpende maatregelen op het gebied van ruimtelijke ordening gerechtvaardigd zijn. Het gaat hierbij niet slechts om meer verkoopvloeroppervlakte, maar ook om ruimere parkeermogelijkheden en betere toegankelijkheid van deze vergrote centra. Hierbij dient met name gedacht te worden aan uitbreiding met grootschalige detailhandelondernemingen om onnodige toename van perifere vestigingen tegen te gaan. Hierdoor wordt het ontstaan van themacentra binnen woongebieden bevorderd. In dergelijke themacentra is een compleet aanbod aanwezig, afgestemd op zowel consumentengoederen als -diensten. De consument behoudt daarmee het voordeel van one stop shopping. De laatste jaren hebben verschillende verouderde winkelcentra een ingrijpende modernisering ondergaan met zeer gunstige resultaten. Met dergelijke modernisering wordt tevens ingespeeld op de tendens tot profilering van winkelcentra via een marketingbeleid van de beheersorganisatie van het centrum dan wel de georganiseerde ondernemers/winkeliers. Een gevolg hiervan zal zijn dat de toch al weinig winkeltrouwe consumenten in de toekomst ook minder gebonden zullen zijn aan een bepaald centrum, maar op basis van hun koopbehoefte een steeds bewuster keuze zullen maken tussen diverse centra.

Een afzonderlijk probleem bij de stichting en het beheer van winkelcentra is de verdeling van de beschikbare ruimten over verschillende branches en de toewijzing aan ondernemers. Hier doen zich duidelijke belangentegenstellingen voor tussen de betrokkenen. Aan de ene kant moet men zich – op basis van distributieplanologisch onderzoek – richten op een optimaal voorzieningenniveau voor de consumenten. Overigens zullen onvoorziene omstandigheden achteraf vaak noodzaken tot aanpassingen. Daartegenover staat het belang van de projectontwikkelaars en/of de belegger. Deze zullen trachten enkele publiekstrekkingen voor hun centra te interesseren, waardoor de aantrekkelijkheid voor andere gegadigden wordt verhoogd. Bovendien is er bij hen uiteraard een voorkeur voor bekende goedlopende ondernemingen met voldoende financiële basis. Ten slotte zijn er tussen grote projectontwikkelaars en grote detailhandelondernemingen informele afspraken over de toewijzing van vestigingsplaatsen in nieuwe centra. Zo kon het bijvoorbeeld gebeuren dat VFB-organisaties een pand toegewezen kregen zonder dat een van hun leden zich daar wilde vestigen met als gevolg dat zij daar dan een eigen filiaal openden.

Tegen bovenstaande achtergrond is het te verklaren, dat de beste vestigingsplaatsen in de meest belovende centra in handen kwamen van grote(re) en financieel sterke detailhandelondernemingen, vaak ten koste van individuele kleine(re) detailhandelaren. Volledigheidshalve moet hieraan toegevoegd worden, dat plaatselijke winkeliers – vooral zij, die mogelijk omzetverlies door nieuwe centra zouden kunnen lijden – bij de toewijzing van verkoopruimte in een centrum een voorkeursbehandeling konden krijgen. Veel ondernemers uit het mkb durfden de overgang naar een modern centrum echter niet aan.

4.4.4 *'Bijzondere' detailhandelsvormen*

Het beeld van de detailhandel wordt bepaald door winkels als het distributiekanaal, dat grofweg 90% van de detailhandelsomzet voor zijn rekening neemt. Andere distributiekanaalen zijn dus met elkaar bepaald wel

de moeite waard. Dit te meer omdat het in de lijn van de verwachtingen ligt, dat enkele van deze kanalen in de toekomst van meer betekenis zullen worden onder invloed van nieuwe technische mogelijkheden, het wijdmaziger worden van het winkelapparaat en maatschappelijke ontwikkelingen. In het hier navolgende wordt een korte beschrijving van deze distributiekkanalen gegeven.

In het voorgaande is reeds gesproken over fabrieksverkoop. Een aparte vorm van rechtstreekse verkoop aan consumenten is de *boerderijverkoop*. Voor levensmiddelen als eieren, aardappelen, groenten, fruit, kippen, en dergelijke is deze vorm bepaald wel van belang. Het gaat hier dikwijls niet alleen om zelfgeeteelde produkten, maar ook om de handel in van derden gekochte produkten. In vele gevallen wordt hierbij voldaan aan de eisen van het vestigingsbesluit detailhandel. Toch wordt tegen deze distributievorm geprotesteerd vanwege veronderstelde concurrentievervalsing. De belangrijkste reden voor deze opvatting zijn gelegen in met deze distributievorm samenhangende kostenvoordelen in combinatie met het zich niet houden aan winkelsluitingstijden.

In ons land is de belangstelling voor het *postorderbedrijf* nooit erg groot geweest. Toch wordt de omzet van de 28 postorderbedrijven geschat op f 1,5 miljard of ongeveer 1½% van de detailhandelsomzet. Ongeveer 40% bestaat uit textiel, 23% uit boeken en platen en 11% uit woninginrichtingsartikelen en huisraad. Recent heeft het postorderbedrijf Ter Meulen – een Vendex-dochter – samen met Rex-reizen, de verzekeringsmaatschappij Het Zilveren Kruis VGCN en de Postbank een verrassend initiatief genomen, dat verstrekkende gevolgen kan hebben. Samen heeft men een consumentenclub geïntroduceerd met een clubkaart en een eigen tijdschrift. Naast het normale assortiment van een postorderbedrijf gaat men zich ook bezig houden met de verkoop van reizen, verzekeringen en andere financiële diensten. Een bijzonderheid hierbij is, dat klanten met een girorekening een korting van 3% op de catalogusprijzen krijgen. Dit initiatief heeft een aantal zeer opvallende nieuwe elementen, namelijk klantenbinding via clublidmaatschap, integratie van detailhandel met niet detailhandelsdiensten en een kortingselement gekoppeld aan de betaalwijze.

De circa 2500 *rijdende winkels* nemen ongeveer 5% van de levens- en genotmiddelenverkoop voor hun rekening. Dit distributiekanaal heeft zich een vrij constant marktaandeel verworven. De omzetting van de traditionele wijkbezorgers in rijdende winkels compenseert globaal de omzet van uitgevallen rijdende winkels.

Vroeger was *thuisbezorgen* van levensmiddelen normaal. Tegenwoordig gebeurt dit nog zelden als een vorm van serviceverlening door winkeliers. De laatste jaren keert deze distributievorm terug bij ondernemingen die uitsluitend op telefonische bestelling thuisbezorgen. Nieuwe telecommunicatiemogelijkheden zullen hieraan waarschijnlijk nieuwe impulsen geven. Hierop wordt bij de bespreking van automatisering (paragraaf 4.5) nader ingegaan.

Een geheel ander distributiekanaal vormen de *bedrijfswinkels*. Deze hadden in het verleden vaak een sociale functie, maar tegenwoordig kan men vraagtekens zetten bij het maatschappelijk nut hiervan. Het gaat hierbij niet om de verkoop tegen gereduceerde prijzen van eigen produkten aan werknemers, maar om de verkoop van allerlei branchevreemde artikelen door een bedrijfsafdeling, waarbij de prijzen vaak onder de kostprijzen liggen.

Er zijn echter ook moderne bedrijfswinkels of kiosken in fabrieken, ziekenhuizen, bejaardentehuizen en dergelijke, die door de beroepshandel geëxploiteerd worden. Deze hebben een duidelijke positieve maatschappelijke functie omdat ze bijdragen tot een beter werkklimaat, respectievelijk leef- of herstellklimaat. Daar zij op commerciële basis geëxploiteerd worden is hierbij geen sprake van oneerlijke concurrentie.

De (winkel)verkoop via *benzinstations* is de laatste jaren sterk toegenomen. Het assortiment van aan de rijkswegen gelegen benzinstations is

echter, naar voorschrift van Rijkswaterstaat, beperkt tot artikelen die verband houden met het reizen per auto. De overige tankshops krijgen meer een functie als 'gemakswinkels' ook voor de bewoners uit de omgeving. In deze winkels mag binnen het wettelijk kader in beginsel alles verkocht worden. Nu al heeft de verkoop van niet-gebonden artikelen in de shopomzet een aandeel van circa 78% tegen 60% in 1975³¹. Daar deze tankshops, voor zover de verkoop van benzine enzovoort betreffend, niet onder de winkelsluitingstijd vallen is de verkoop van de overige artikelen na sluitingstijd moeilijk te controleren. Dit roept verzet op van de zijde van de sedentaire winkelvoorziening.

Het distributiekanaal van de *markt-, straat- en rivierhandel* werd per 1 januari 1985 door bijna 25.000 meestal kleine tot zeer kleine bedrijfjes verzorgd. Hiervan beschikken er 4800 ook over een vaste vestiging, dat wil zeggen winkel, hal of vaste wijk. De venters (ca. 4200) komen hoofdzakelijk voor bij bloemen, ijs, fruit en textiel. Bijna 20.000 worden gerubriceerd onder 'stille kramen', waarin ook vaste standplaatshouders opgenomen zijn³². Het aantal markt-, straat- en rivierhandelaren neemt nog voortdurend toe. In de sector bloemen, planten en tuinbenodigdheden hebben ze een marktaandeel van ruim 35%.

4.5 Toekomstige ontwikkelingen

4.5.1 Automatisering in de detailhandel³³

'De detailhandel wordt geconfronteerd met ingrijpende veranderingen als gevolg van de voortschrijdende automatisering op het gebied van de distributie van consumptiegoederen'³⁴. Hierdoor ontstaan in de detailhandel niet slechts nieuwe produkten, diensten en verkoopformules, maar wordt de uitwisseling van informatie over goederen- en geldstromen toegankelijk voor nieuwe aanbieders, waardoor wellicht bepaalde schakels en functies in de distributie overbodig worden.

De effecten van automatisering kunnen worden onderscheiden naar:

- automatisering in het individuele bedrijf (management-informatiesystemen);
- automatisering van de informatie-uitwisseling tussen bedrijven;
- automatisering van de informatie-uitwisseling tussen bedrijf en de consument (teleshopping).

Management-informatiesystemen

Er zijn thans een hele reeks van geautomatiseerde informatiesystemen ontwikkeld en in gebruik, die te zamen informatie geven over vrijwel het gehele bedrijfsgebeuren, de zogenaamde management-informatiesystemen. Schema 4.3 geeft een beeld van de gevarieerdheid van mogelijkheden om te automatiseren.

Softwarepakketten zijn doorgaans modulair opgebouwd, zodat onderscheiden programma's fasegewijs kunnen worden ingevoerd.

Automatisering grijpt diep in op het bedrijfsgebeuren, ook als het maar op een beperkt terrein gebeurt. Daarom is het noodzakelijk, dat een ondernemer, alvorens een beslissing te nemen, een duidelijk beeld heeft van zijn behoefte aan informatie, van de beschikbare mogelijkheden om in deze behoefte te voorzien en van de consequenties voor zijn

³¹ *Bedrijfstakverkenning Detailhandel 1985*; 's-Gravenhage, Ministerie van Economische Zaken blz. 146.

³² Centraal Registratie Kantoor, *Statistiek 13/85*.

³³ Ik ben dank verschuldigd aan drs. R.J. Koliijn van Datatrafic voor zijn adviezen bij de redactie van dit onderwerp.

³⁴ R.J. Koliijn, 'Detailhandel in overgangsfase'; *Detailhandelsmagazine 21 augustus 1986*, jaargang 30; nummer 17, Hoofdbedrijfschap Detailhandel, blz. 11-12.

Schema 4.3 Softwarepakketten voor automatisering van managementinformatie

Scanning communicatie	Vers vlees calculatie
Weegschaalcommunicatie	Bruto winst versafdeling
Kassa-opmaakprogramma	Bruto winst simulatie
Bestandbeheer	Reclamemateriaal
Bestelsystemen	Urenregistratie
Goederen ontvangstverwerking	Budgettering en planning
Factuurcontrole	Reclamemateriaal

organisatie en zijn personeel. Tevens dient hij rekening te houden met zijn toekomstige behoefte aan informatie.

Het zal duidelijk zijn, dat het tempo, waarin kleinere ondernemingen geautomatiseerde informatiesystemen toepassen veel lager ligt dan bij grote ondernemingen. Uit onderzoek van het EIM op dit terrein blijkt, dat het automatiseringstempo afhankelijk is van de omvang van het bedrijf en de tijd, die de leiding voor de invoering ervan kan vrijmaken. De kans op automatiseren kan als volgt in een formule worden weergegeven:

$$p = \frac{s}{s + x}$$

p = kans op automatiseren

s = bedrijfsgrootte

x = samenhang met de tijd die nodig is voor niet automatiseerbare ondernemersactiviteiten, onafhankelijk van bedrijfsgrootte.

In een klein bedrijf is er minder te automatiseren en is de niet-automatiseerbare ondernemersactiviteit van groter belang. Dit kan verklaren waarom kleine bedrijven later automatiseren dan grotere bedrijven³⁵. Uit EIM-onderzoek komt ook naar voren, dat kleinere detaillisten zich vooral oriënteren bij de leverancier/fabrikant van computers, een collega of een commercieel samenwerkingsverband³⁶.

Deze informatiebronnen lijken echter een te smalle basis om dergelijke belangrijke beslissingen te nemen. Het is daarom toe te juichen dat verschillende branche-organisaties en het Centraal Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (CIMK) activiteiten ontwikkelen op het gebied van voorlichting, onderwijs, advisering en software. In dit verband wordt gewezen op het informatica stimuleringsplan, waarin jaarlijks 6,5 miljoen gulden beschikbaar wordt gesteld voor branchegerichte voorlichtings- en bewustmakingsprojecten.

Zoals gebruikelijk loopt de levensmiddelenbranche bij de automatisering in de detailhandel voorop, vooral dankzij de in 1976 opgerichte stichting Uniforme Artikel Codering (UAC). Deze stichting begeleidt de opzet en invoering in de praktijk van uniforme artikelcodering (streepjescode) en een transactiecommunicatiesysteem voor de levensmiddelenbranche³⁷. In deze zelfde publikatie worden ook de gevolgen van de uniforme artikelcodering geschetst: 'De code kan gelezen worden door het leesvenster van een elektronische kassa (Point of Sale terminal, POS). De kassa koppelt de code aan de in het geheugen opgeslagen artikelomschrijvingen en prijzen, en levert zonder verdere menselijke handelingen de prijs en de artikelomschrijving op de kassabon. Bovendien kan de code de

³⁵ B. Nooteboom, 'Bedrijfsgrootte en de diffusie van automatisering'; *Economisch Statistische Berichten*, 7 augustus 1985, jaargang 70, nr. 3517, blz. 780-782.

³⁶ Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, Facet studie 3, *Automatisering in het kleine detailhandelsbedrijf*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985, tabel 18.

³⁷ Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, Facetstudie 2, *Automatisering in het handelsverkeer*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1984, blz. 14.

sleutel tot beleidsinformatie vormen. Indien de registraties van de kassa worden aangevuld met interne informatie, kan bijvoorbeeld inzicht worden verkregen in de geldstromen in het bedrijf (bruto- en netto-omzet, statiegeld, enz.) en in de produktiviteit (aantal klanten per periode, per cassière – onderverdeeld naar contante betaling, cheques e.d., aantal aanslagen per minuut – verkopen in aantallen per artikel, omzetsnelheid per artikel, assortiments- en voorraadbeheer, enz.). Directe besparingen voor de detailhandel kunnen worden gerealiseerd doordat artikelen niet meer geprijsd hoeven te worden en de afrekenverschillen verminderen. De produktiviteit aan de kassa kan toenemen. Indirecte besparingen kunnen voortvloeien uit meer markt- en beheersinformatie; minder neeverkoop, beter inzicht in verkopen per artikel en effecten van acties, margebewaking, inzicht in lekkage enzovoort ³⁸.

Hieraan kan nog een systeem worden gekoppeld om eventuele winkeldiefstallen bij de kassa's te signaleren.

Volgens het EIM waren eind 1985 ruim 20% van de ondernemingen in het bezit van een eigen computer voor verwerking van in- en verkoopgegevens, de financiële administratie en de loon- en personeelsadministratie. Bij de inkoop werd door 13% van de ondernemers gebruik gemaakt van technische hulpmiddelen, zoals handterminals en leespenningen. In de levensmiddelenbranche is dit zelfs 46% ³⁹.

Automatisering informatie-uitwisseling tussen bedrijven

Bij informatie-uitwisseling tussen bedrijven wordt in de detailhandel gebruik gemaakt van *videotex* of *viewdata* en *transactiecommunicatie*, terwijl ook het *elektronisch betalen* hiertoe gerekend wordt. Door deze automatisering verandert de uitwisseling van informatie over goederen- en geldstromen sterk en mag men verwachten dat netwerken hierbij een cruciale rol zullen gaan vervullen.

Videotex (viewdata) wordt vooral gebruikt tussen filialen en hun hoofdvestigingen, maar ook tussen zelfstandige winkeliers en hun leveranciers of inkoopcombinatie. Videotex is niet slechts een 'een-weg'-systeem (teletekst) maar het heeft ook een 'twee-weg'-systeem met communicatiemogelijkheden, zodat de gebruiker vragen kan stellen en antwoorden kan krijgen en omgekeerd.

In Nederland kennen wij verschillende videotextoepassingen voor kleine zelfstandigen, zoals Begotel in de grammofoonplaten detailhandel en Unitel (Unigro) en Visitel (Schuitema) in de levensmiddelenhandel. Toch verloopt de toepassing van videotex in de distributie traag in vergelijking met andere sectoren als bijvoorbeeld de zakelijke dienstverlening en de vervoerssector. De belangrijkste oorzaak is het gebrek aan coördinatie en samenwerking tussen detailhandelsbedrijven en leveranciers.

Videotex is namelijk voor kleine zelfstandige winkels pas hanteerbaar als op centraal niveau afspraken worden gemaakt over zoekstructuren, artikelomschrijving en de vormgeving van het systeem. Als bijvoorbeeld individuele videotextsystemen van groothandelsbedrijven onderling sterk verschillen is het medium niet hanteerbaar voor detailhandelsbedrijven met meerdere leveranciers.

Dit leidt tot de volgende prognose voor de ontwikkeling van videotex: 'Wij kunnen een snelle groei verwachten bij grootwinkelbedrijven, winkelketens, franchise-organisaties en dergelijke voor hun interne communicatie en datacollectie; de kleine zelfstandigen zullen in de meeste branches niet kunnen profiteren van videotex door gebrek aan coördinatie op leveranciersniveau' ⁴⁰.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ K.A. Hof, *Facetstudie 4, Mogelijkheden voor teleshopping*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1985 blz. 5.

⁴⁰ *Ruimtelijke Verkenningen 1985-1986*; 's-Gravenhage, Rijksplanologische Dienst 1986, blz. 56.

Transactiecommunicatie is een tweede automatiseringsproces in de distributie voor het uitwisselen van gegevens tussen computers van de detailhandel, de groothandel en de fabrikanten.

In de foodsector is het Transcomproject in voorbereiding dat erop is gericht om standaarden af te spreken voor informatie over bijvoorbeeld bestellingen, emballage, facturen en retourzendingen. Door Transcom kunnen alle partners in principe hun hard- en software zodanig inrichten dat ze foutloos en onder aanpassingen van de gegevens batchgewijs met elkaar communiceren via tape- of datacommunicatie. Naast directe bilaterale uitwisseling is ook gebruik van de Transnetwerkservice mogelijk. In de non-foodsector is de ontwikkeling nog lang niet zover gevorderd. Met uitzondering van de boekenbranche is er nog geen sprake van een gecoördineerde aanpak van artikelcodering of Transcom-achtige voorbereiding. In deze sector stellen groothandel of franchise-organisaties wel order-entry-apparatuur beschikbaar en laten zij een artikelcodering gebruiken. Het doorgeven en verwerken van bestellingen geschiedt daarvoor weliswaar efficiënter, maar de detailhandel levert daarbij wel aan zelfstandigheid in door de binding aan slechts één leverancier.

Het ziet er dan ook naar uit dat standaardisatie in de non-foodsector niet gemakkelijk gerealiseerd zal gaan worden. Zo werkt men in de drogisterij- en parfumeriesector al met drie verschillende systemen. Wel valt te constateren, dat een toenemend aantal fabrikanten hun artikelen gaan voorzien van een uniforme artikelcode.

Standaardisatie is eveneens een must voor het *langs elektronische weg betalen* van aankopen door consumenten. In de meest uitgebreide vorm van een elektronische betaling kunnen de volgende stappen worden onderscheiden:

1. het doorgeven van de gegevens uit de kaart van de betaler;
2. het lezen van de gegevens uit de kaart van de betaler;
3. het identificeren van de betaler (die hiertoe zijn persoonlijk identificatienummer - PIN - intoetst);
4. het nagaan of de kaart niet voorkomt op een zogenaamde 'zwarte lijst', waarop geblokkeerde rekeningen vermeld zijn;
5. het fiatteren van de transactie door de bank na controle op kaartgegevens en saldo van de rekening van de betaler;
6. het ontvangen en vastleggen van de autorisatiecode, waarmee de bank aangeeft de transactie te accepteren; en
7. het afdrukken van het betalingsbewijs voor de betaler ⁴¹.

Voor elektronisch betalen is een infrastructuur nodig, waarvan de bouwstenen - computers, pasjes, telecommunicatie-verbindingen en randapparatuur - technisch gezien in Nederland beschikbaar zijn. Toch ligt Nederland op het gebied van elektronisch betalen achter bij de ons omringende landen. Dit is een gevolg van de remmende voorsprong van ons land op het gebied van het girale betalingsverkeer en de tarievenstructuur van het bankwezen. Gezien de resultaten van praktijkproeven mag echter verwacht worden dat elektronisch betalen in de komende jaren een hoge vlucht zal nemen.

De belangrijkste voordelen van elektronisch betalen voor de detailhandel zullen zijn: 'Het terugdringen of wellicht vervangen van de gegarandeerde betaalmiddelen, hetgeen in bepaalde branches of bedrijven tot snellere doorstroming aan de kassa, snellere administratieve verwerking en wellicht snellere bijschrijving van bedragen op de rekening leiden. Andere voordelen zouden kunnen liggen in vermindering van het risico van geldvervoer, meer service voor de consument, betere beheersing van de geldstroom en wellicht meer impulsaankopen door de cliënt' ⁴². Het be-

⁴¹ P.G. Maclaine Pont, *Elektronisch Betalen*; IBM, september 1983.

⁴² Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, *Elektronisch betalen in de detailhandel*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf, 1985, blz. 23.

langrijkste nadeel voor de detailhandel is het risico dat het gebruik van contant geld en betaalcheques op de lange termijn gehandhaafd blijven, hetgeen extra belasting voor het personeel meebrengt. Ook kan gewezen worden op de onzekerheid omtrent juridische bescherming bij fraude en bij moeilijkheden met klanten als de betaling door de bank niet wordt gefiatteerd.

Het is van belang, dat wordt voorkomen, dat enkele (grote) ondernemingen in samenwerking met financiële instellingen zich reeds op een systeem vastleggen, voordat de gezamenlijke detailhandel een standpunt heeft kunnen innemen. Wordt er geen uniform systeem bereikt, dan zal dit op de lange duur kostenverhogend werken zowel voor de detailhandel als voor de consument. De tijd is zo langzamerhand rijp dat voor de gehele detailhandel wordt gekozen uit de alternatieven waarmee wordt geëxperimenteerd. Het is echter de vraag hoe lang de gelederen in de detailhandel nog gesloten blijven, nu de voorbereiding van het Hoofdbedrijf Detailhandel (HBD-experiment) steeds langer gaat duren.

Teleshopping

Teleshopping kan als volgt worden gedefinieerd: 'Teleshopping is het verkeer tussen aanbieder en consument, waarbij de aanbieder op afroep via een beeldscherm koopinformatie verschaft en de consument via hetzelfde beeldscherm aankopen kan verrichten'⁴³.

Hierbij kan onderscheid gemaakt worden tussen zaken die essentieel en niet essentieel zijn voor het begrip teleshopping.

Essentieel is:

- dat de koopinformatie van aanbieder naar consument via een beeldscherm plaatsvindt;
- dat die koopinformatie op afroep beschikbaar is;
- dat de consument via het beeldscherm bestellingen kan plaatsen of aankopen kan doen.

Niet essentieel is:

- dat dit thuis gebeurt;
- dat de consument via het beeldscherm kan betalen⁴⁴.

Daarnaast wordt er de aandacht op gevestigd, dat het voor de toekomstige ontwikkeling van de detailhandel van groot belang is of consumenten de voorkeur geven aan:

- zogenaamde home-access-systemen die, voor op gemak en snelheid gestelde consumenten, winkelen via huiskamerapparatuur mogelijk maken;
- of aan public-access-systemen waarmee in de winkel via beeldplaten of videocassettes gekocht kan worden door de consumenten. Hierbij kan de consument bij het maken van een keuze geholpen worden door een kijkshopachtige inrichting en etalering.

Bij public-access-systemen blijft er sprake van een winkelgebeuren met alle eisen, die aan de vestigingsplaats en de winkelinrichting gesteld moeten worden. Bij home-access-systemen behoeft de detaillist echter bij zijn vestigingsplaatskeuzen geen rekening meer te houden met de consument. Met andere woorden: er is dan geen sprake meer van een winkel, maar van een magazijn, van waaruit bestellingen bezorgd worden. Bovendien is de winkelsluitingswet op deze distributievorm niet van toepassing. Hoe teleshopping zich in de toekomst in ons land zal ontwikkelen is nog moeilijk te zeggen. Schema 4.4 geeft echter enig inzicht in de typologie van de gebruikers van beide systemen.

Uit het schema blijkt dat de nadruk op kwaliteit en assortiment en het relatief vaker kopen bij postorderbedrijven kenmerkend zijn voor beide vormen van teleshopping.

⁴¹ K.A. Hof, *op. cit.*, blz. 9.

⁴⁴ *Ibid.*

Schema 4.4 Karakteristiek van de teleshopper

Home access	Public access
<ul style="list-style-type: none"> . Afkeer van winkelen . Geen koopjesjager . Koopt na beperkte informatie . Meer tot risico bereid . Factor tijd speelt belangrijke rol . Hoger opleidings- en inkomensniveau . Relatief veel postorderklanten . Relatief veel ervaring met technisch geavanceerde produkten en diensten . Nadruk op kwaliteit en assortiment 	<ul style="list-style-type: none"> . Plezier in winkelen . Prijsbewust (koopjes) . Koopt na uitvoerige informatie . Risicomijdend . Factor tijd speelt nauwelijks een rol . Relatief veel postorderklanten . Nadruk op kwaliteit en assortiment

Bron: EIM, Facetstudie 4, *Mogelijkheden voor teleshopping*; 1985.

De verdeling van potentiële teleshoppers over home-access- en public-access-systemen is echter ook produkt afhankelijk. Home-access-systemen zijn namelijk meer geschikt voor convenience goods en niet ego-intensieve produkten; public-access-systemen lenen zich meer voor recreational shoppers en ego-intensieve produkten⁴⁵. De produkt/marktcombinatie die dan ontstaat is weergegeven in schema 4.5.

Schema 4.5 Voor teleshopping geschikte produkt-/marktcombinaties

Omschrijving	Home access	Public access
Produkt-kenmerken	<ul style="list-style-type: none"> . Lage betrokkenheid van de consument . Hoge kwaliteit . Breed assortiment . Hoge aankoopfrequentie 	<ul style="list-style-type: none"> . Hoge betrokkenheid van de consument . Veel produktinformatie . Lage prijs . Hoge kwaliteit . Breed assortiment
Markt-kenmerken	<ul style="list-style-type: none"> . Op gemak gerichte consument die niet van winkelen houdt . Hoger opleidings- en inkomensniveau (tweeverdieners) 	<ul style="list-style-type: none"> . Consument die plezier heeft in winkelen

Bron: EIM, Facetstudie 4, *Mogelijkheden voor teleshopping*; 1985.

Om een beeld te geven van de toekomstmogelijkheden van teleshopping wordt gewezen op Amerika en Canada, waar technisch volwaardige public-access-systemen al geruime tijd op commerciële basis opereren. Amerikaanse deskundigen zijn namelijk van mening dat het plaatsen van public-access-terminals in de eigen winkel voor de detailhandel de meest efficiënte vorm is van teleshopping, omdat:

- de investeringen lager zijn dan bij een home-access-systeem;
- het de klantenstroom bevordert;
- het onverstandig zou zijn, gezien de enorme investeringen in winkels en winkelcentra, de consument over te halen de winkels niet meer te bezoeken⁴⁶

In het rapport 'Trends in retailing' worden deze gedachten nader uitgewerkt: 'Electronic shopping has far-reaching implications for the retailing industry. In-store electronic kiosk shopping is an increasing threat to catalog showroom shopping. At the same time, kiosks could save money for stores. In some cases, electronic kiosks could replace department store salespersons. One kiosk offers the opportunity to add the equivalent of an entire 2.500-squarefoot department in only several feet of spa-

⁴⁵ *Ibid.*, blz. 29.

⁴⁶ *Ibid.*, blz. 47.

ce. With kiosks in use, most merchandise could be stored in main warehouse instead of individual stores. Thus, stores can be smaller. Kiosk shopping also offers manufacturers the opportunity to bypass retailers and sell directly to customers⁴⁷.

Vooral dit laatste citaat wijst op belangrijke gevolgen van teleshopping voor de werkgelegenheid in de detailhandel en het winkelapparaat, waarvan de vloerproductiviteit explosief kan stijgen. Het zal echter nog wel enige tijd duren voordat teleshopping in ons land op grote schaal zal zijn ingevoerd. Er zijn verwachtingen dat dit rond 2000 het geval zal zijn. Tot nu toe is er namelijk slechts één voorbeeld van teleshopping bekend, namelijk in de Kijkshops van Vendex. Er zijn echter wel enkele initiatieven, die als voorlopers van teleshopping beschouwd kunnen worden. Hierbij kan gedacht worden aan James Teleshopper, eveneens een dochter van Vendex, die in de levensmiddelensector werkzaam is via telefonische besteldiensten. Hierbij kan in de toekomst naast de telefoon, gemakkelijk gebruik gemaakt worden van moderne communicatiekanalen. Bij Wehkamp kunnen klanten via de druktoetsen van de telefoon met een computer communiceren en uit een schriftelijke catalogus hun bestelling doorgeven.

Ook het reeds eerder vermelde initiatief van Ter Meulen (zie paragraaf 4.4.4) doet vermoeden dat dit een voorloper is van teleshopping met een home-access-systeem. Ook de Kijkshop van Hatema (zie paragraaf 4.4.2) leent zich voor teleshopping met een public-access-systeem. Dit laatste zou dan een voorbeeld zijn van teleshopping buiten de detailhandel om. Het is overigens bepaald niet onwaarschijnlijk dat de buitenlandse detailhandel, die reeds een grote belangstelling voor ons land aan de dag legt en een grote ervaring heeft met teleshopping, in ons land een voorlopersrol zal gaan vervullen. Uit het voorgaande dient echter ook de conclusie getrokken te worden dat bij het lange termijnbeleid in de detailhandel en met name bij ruimtelijke ordening nu reeds nagedacht dient te worden over de gevolgen van teleshopping voor het detailhandelsapparaat van de toekomst.

4.5.2 *Komen er consumenten in de kou te staan?*

Op basis van voorgaande analyse is het niet goed mogelijk op deze vraag een afdoende antwoord te geven. Er zijn immers geen duidelijke criteria op basis waarvan gesteld kan worden dat het voorzieningspatroon optimaal is voor de consumenten in het algemeen noch voor bepaalde groepen van consumenten.

Dit blijkt al uit de functie-omschrijving van de detailhandel in de Bedrijfstakverkenning Detailhandel: 'De primaire betekenis van de detailhandel ligt in een bedrijfseconomisch en maatschappelijk zo goed mogelijke vervulling van de distributiefunctie. Deze functie houdt in het aan eindgebruikers en -verbruikers bedrijfsmatig verkopen van legaal en vrij verkrijgbare, roerende goederen, die niet ter plaatse in een daarvoor bestemde gelegenheid worden verbruikt. Hoewel de distributie van de detailhandel vanuit de economische optiek primair is, kan niet worden voorbijgegaan aan de ruimere maatschappelijke betekenis van de detailhandel. Concentraties van winkels bepalen in hoegomate het karakter van binnensteden en wijkcentra; het winkelen heeft een belangrijke recreatieve functie en in kleinere woonlocaties is de winkel een belangrijke ontmoetingsplaats'⁴⁸. Ten aanzien van de *distributiefunctie* kan gesteld worden dat de detailhandel een volledig internationaal assortiment van roerende goederen aanbiedt. De produktinformatie, die onder druk van het consumentisme de laatste jaren al sterk verbeterd is, is echter nog niet optimaal. Het

⁴⁷ Ph. Whittington, *op. cit.*; blz. 25.

⁴⁸ *Bedrijfstakverkenning Detailhandel, 1984*; 's-Gravenhage, Ministerie van Binnenlandse Zaken, blz. 6.

prijsniveau is onder invloed van het prijsbewuste koopgedrag van de consumenten, de schaalvergroting, het aanbodoverschot in de achter ons liggende jaren en de groter wordende penetratie van uit het buitenland afkomstige detaillisten over het algemeen betrekkelijk laag. Discountzaken trekken het prijsniveau over de hele linie omlaag, omdat speciaalzaken zich geen te grote prijsverschillen menen te kunnen veroorloven. Er vallen echter wel onverklaarbare grote prijsverschillen bij sommige artikelengroepen te constateren, die onder andere veroorzaakt worden door (te) grote verschillen bij de inkoop als gevolg van concentraties. Mede hierdoor wordt de prijsstructuur voor de consumenten onoverzichtelijk. Ook kan men vraagtekens zetten bij het beleid van consumentenorganisaties, die het prijsaspect in de koopoverwegingen overwaarden en weinig oog hebben voor de toegevoegde waarde van persoonlijke bediening en -advies en voor het comfort dat buurtwinkels aan hun omgeving bieden. Mede hierdoor worden de bestaansmogelijkheden van deze winkels ondermijnd en bevordert men het verdwijnen van deze 'gemakswinkels', waardoor bewoners van kleine kernen op het platteland en in bepaalde stadsbuurten steeds grotere afstanden moeten afleggen voor het doen van boodschappen. Dit is vooral een groot - en soms zelfs een onoverkomelijk - bezwaar voor slecht ter been zijnde bejaarden en verzorgers van kleine kinderen, die niet over gemotoriseerd vervoer beschikken en voor wie een fiets of het openbaar vervoer een ongemakkelijk alternatief vormen. Door onttaking van buurtwinkelcentra komen deze groepen vrijwel letterlijk in de kou te staan. In dit verband is het te betreuren dat de rijdende winkel deze hiaten in het verzorgingsniveau niet weet op te vullen en nauwelijks het verdwijnen van thuisbezorging kan compenseren. Ook de meer moderne produktietechnieken verkeren nog te veel in een beginstadium om dit hiaat in de distributie adequaat op te vangen. Tweeverdieners en werkende alleenstaanden ondervinden problemen bij het doen van boodschappen en in mindere mate bij het winkelen, omdat winkels nauwelijks open zijn buiten werktijden als gevolg van de wettelijke voorschriften ten aanzien van openingstijden. De grote belangstelling voor koopavonden, nachtwinkels en het kopen na sluitingstijd bij benzinepompen geven een duidelijke indicatie dat er op dit punt knelpunten zijn.

Ten slotte ondervinden consumenten hinder van een tekortschietende 'after-sale-service'. Door de technische ontwikkeling zijn de artikelen weliswaar minder servicegevoelig geworden, maar daarmee is ook de aandacht voor deze service verslapt. Hierdoor worden ook vele artikelen met geringe mankementen onbruikbaar en wordt de consument gedwongen een nieuw artikel te kopen. Hier komt bij dat ook het ambacht weinig interesse aan de dag legt voor reparatie van duurzame consumptiegoederen. Daarom moeten consumenten meestal terugvallen op de service van de fabrikant. Dit is voor reparaties, die buiten de garantie vallen, een kostbare zaak.

De *maatschappelijke functie* van de detailhandel komt lang niet altijd voldoende tot zijn recht. Dit is ten dele een gevolg van de verzakelijking van de detailhandel, waar het adagium 'tijd is geld' zwaarder weegt dan vroeger. Bij de zelfbedieningszaken is het persoonlijk contact van de klant en de winkelier en het winkelpersoneel tot het minimum beperkt. Hier komt een stuk irritatie bij over de lange wachttijden bij kassa's, die uit kostenoverwegingen vaak een te geringe capaciteit hebben. Bij de opzet van grote nieuwe winkelcentra houden projectontwikkelaars tegenwoordig duidelijk rekening met de sociale en recreatieve functie van winkelcentra, waardoor winkelen voor velen een recreatieve bezigheid wordt, mede door de attractieve inrichting en de vele voorzieningen. Men is er echter nog niet in geslaagd een oplossing te vinden voor de avondrecreatie, zodat er in grote nieuwbouwwijken geen uitgaanscentrum is. De winkelcentra zijn 's avonds doods en verlaten, de etalages zijn gebarricadeerd en zij worden door het publiek gemeden, mede uit

angst voor kleine criminaliteit.

Een specifieke rol speelt de ambulante handel met name via markten, die sterk in aantal toenemen. De ambulante handel biedt een tamelijk breed assortiment aan tegen lage prijzen en vervult een niet onbelangrijke recreatieve functie vooral voor mensen met een kleine beurs en voor toeristen. Deze distributievorm is onmisbaar bij allerlei evenementen en verlevendigt het straatbeeld.

In het voorgaande is al gewezen op tekortkomingen van verouderde centra in het aanbieden van recreatieve mogelijkheden. Om de overlevingskansen van deze centra te vergroten zullen ze ingrijpend gemoderniseerd moeten worden.

Het winkelplezier in stads- en dorpskernen is aanzienlijk verhoogd door het verkeervrij maken en door sierbestrating, banken, bomen en planten en soms door beluifeling.

Een knellend probleem blijft echter de bereikbaarheid van deze centra en de parkeermogelijkheden. Hoewel de belangstelling voor dit probleem bij veel gemeentebesturen groeit, blijven oplossingen veelal uit, omdat men niet komt uit de afweging tussen behoud van de bestaande (historische) bebouwing en de bereikbaarheid van de binnenstad.

Tot de maatschappelijke functie van de detailhandel hoort ook dat de winkel in kleinere woonlocaties een belangrijke ontmoetingsplaats is. Door opheffing van tal van buurtwinkels en kleine winkelcentra vervalt voor vele consumenten en vooral oudere en contactarme mensen deze gelegenheid tot spontane sociale contacten.

Het verdient aanbeveling deze problematiek in het kader van maatschappelijke voorzieningen te benaderen. Dit wordt te meer urgent nu bij het bejaardenbeleid het zo lang mogelijk zelfstandig wonen hoog in het vaandel staat geschreven.

4.5.3 Bestedingen van etnische groepen

De gegevens uit dit hoofdstuk zijn voor het merendeel ontleend aan ten Zeldam, die in zijn boek 'De bewinkeling in Nederland' enkele bladzijden aan dit onderwerp wijdt. In 1982 woonden in Nederland circa 850.000 niet-Nederlanders en niet in Nederland geboren. Dat is circa 6% van het totaal aantal inwoners in ons land. De grootste groepen zijn Surinamers (ca. 200.000), Turken (ca. 148.000) en Marokkanen (ca. 93.500). Een groot deel van deze immigranten woont in de vier grote steden, waar in de oudere stadswijken het percentage niet autochtone etnische groepen gemiddeld 30% bedraagt. Hun aantal zal in de toekomst waarschijnlijk niet spectaculair meer stijgen ondanks de hoge vruchtbaarheid, omdat immigratie sterk wordt afgeremd en emigratie wordt gestimuleerd. Verbaan komt tot een schatting dat ons land in 2010 1.000.000 inwoners zal hebben die tot de etnische minderheden behoren. Het koopgedrag van etnische groepen in oude wijken van grote steden is onlangs door het CIMK onderzocht. De tabellen 4.12 en 4.13 zijn aan dit onderzoek ontleend.

Tabel 4.12 Aankoopkanaal dagelijkse artikelen (frequentie alle artikelengroepen in procenten)

	Supermarkt	Nederl. winkel	Etnische ^a winkel	Markt	Anders	Totaal
Turken	55	11	16	15	2	100
Marokkanen	44	15	22	18	1	100
Surinamers	55	26	4	14	1	100
Nederlanders	52	41	0	6	0	100

Bron: *Koop- en bestedingsgedrag etnische groepen*; een onderzoek van Veldkamp marktonderzoek bv. en het Centraal Instituut Midden- en Kleinbedrijf, Amsterdam, 1985.

^a Winkel met een etnische eigenaar, waar overwegend etnische producten worden verkocht.

Tabel 4.13 Aankoopkanaal niet-dagelijkse artikelen

	Waren- huis	Nederl. winkel	Etnische* winkel	Markt	Overige kanalen	Totaal
Turken	31	47	5	11	5	100
Marokkanen	27	50	3	14	8	100
Surinamers	20	59	1	14	6	100
Nederlanders	19	65	1	10	6	100

Bron: Ibid.

Uit deze tabellen blijkt dat Turken en Marokkanen voor circa een vijfde deel hun boodschappen doen in etnische winkels en in iets mindere mate op de markt; aanzienlijk minder echter dan sommige auteurs veronderstellen. Dit aankoopgedrag gaat echter uitsluitend ten koste van Nederlandse winkels, terwijl de bestedingen in supermarkten ongeveer op hetzelfde niveau liggen als van de autochtone bevolking.

Bij shopping goods zijn de afwijkingen ten opzichte van het algemene Nederlandse koopgedrag relatief veel geringer. Slechts de warenhuizen en de markt worden enigermate meer gefrequentieerd. Het aandeel van de etnische winkels is gering.

Toch moet men voorzichtig zijn met het trekken van conclusies uit deze cijfers. Onderzocht is namelijk slechts het koopgedrag in oude wijken van de grote steden, waar niet meer dan 40% van de etnische minderheden woont. Belangrijker is echter het antwoord op de vraag of deze bevolkingsgroepen hun inkopen via andere kanalen zouden doen, als deze er zouden zijn. Om dit te achterhalen is een behoefte-onderzoek noodzakelijk, waarbij ook de meer verspreid wonende etnische bevolking wordt betrokken. Slechts indien zo'n onderzoek duidelijke indicaties zou geven in de richting van bestaansmogelijkheden voor meerdere etnische winkels, is het zinvol om op dit terrein een stimulerend beleid te gaan voeren.

Deze etnische winkels oefenen, zoals uit de voorgaande tabellen blijkt, vooralsnog weinig aantrekkingskracht uit op de autochtone Nederlandse bevolking. Bij het te voeren beleid dient de markt en de ambulante handel afzonderlijke aandacht te krijgen vooral met het oog op de meer verspreid wonende etnische groepen en de kennelijke voorkeur van deze bevolkingsgroepen voor het kopen op de markt. Bovendien kent de vestigingwet afwijkende, vaak minder zware, regels voor marktkooplieden en de ambulante handel. De vestigingwet bevat immers een hoge drempel voor de niet autochtone bevolking in verband met de al dan niet onredelijke eis van een behoorlijke kennis van de Nederlandse taal.

Tegen de achtergrond van de relatief zeer grote werkloosheid onder de etnische minderheden zou het wenselijk zijn, indien de detailhandel meer werkgelegenheid aan hen zou kunnen bieden, al dan niet als zelfstandige ondernemer. Hieraan dient echter de voorwaarde gesteld te worden dat etnische detailhandelsondernemingen reële bestaansmogelijkheden hebben. Laat men deze voorwaarde vallen dan creëert men schijnoplossingen die vaak meer kwade dan goede gevolgen hebben.

4.6 Conclusies en aanknopingspunten voor beleid

4.6.1 Conclusies

Hoewel de detailhandel, dankzij een sterke inhaalvraag en prijsdaling met name door een forse terugval van de energiekosten, momenteel een tamelijk expansief karakter vertoont, dient er van uitgegaan te worden dat de groei van de detailhandelsomzetten structureel gering zal blijven. Een gedeelte van de detailhandel, met name enkele grootwinkelbedrijven, zoekt in verband hiermee naar alternatieve afzetmogelijkheden in de persoonlijke dienstverlening. Hiertoe behoren ambachtelijke diensten,

kopiëren, foto's ontwikkelen, pasfoto's, financiering, horeca-activiteiten, het verkopen van reizen en het verhuren van bungalows. In de toekomst zullen hier ongetwijfeld nog tal van andere activiteiten aan worden toegevoegd. Kortom, de detailhandel ontwikkelt zich sterk sectoroverschrijdend, waarbij veranderingen in behoeften en gedrag van consumenten richtinggevend zijn.

De vooruitzichten voor de werkgelegenheid in de detailhandel zijn bepaald somber. Niet slechts door de beperkte expansiemogelijkheden, maar ook door schaalvergroting (economies of scale) en automatisering, die beiden leiden tot efficiency-verhoging en tot vermindering van vraag naar arbeid. Ook opheffing van kleine winkels zal werkgelegenheid kosten. Wel ligt een verdere toename van deeltijdarbeid in de lijn van de verwachtingen.

In de detailhandel verliest het mkb in een snel tempo terrein aan het grootbedrijf. Hoewel dit proces in de levensmiddelensector het verst gevorderd is, valt er ook in de sector van duurzame consumptiegoederen een duidelijke afbouw van het marktaandeel van het mkb te constateren. Helaas is het niet mogelijk deze ontwikkeling statistisch op de voet te volgen. De afbakening van het midden- en kleinbedrijf is namelijk gebaseerd op het juridische begrip onderneming, dat ook door het Centraal Bureau voor de Statistiek wordt gehanteerd. Hierdoor worden echter allerlei eigendomsrelaties, die mede bepalend zijn voor de positie van een onderneming in de distributie, aan de waarneming onttrokken.

Het sterke concentratieproces in de detailhandel vormt een reële bedreiging voor het mkb alsmede voor de fijnmazigheid van het distributienet. Dit geldt mutatis mutandis ook voor de verdergaande internationalisatie en automatisering. Van de andere kant vormt de internationalisatie van de detailhandel, groothandel en industrie een rem op monopolievorming zowel op de inkoopmarkt als op de consumentenmarkt.

De relatief sterke positie van het grootbedrijf berust op de volgende peilers:

- 'economies of scale';
- een betere positie bij de verwerving van vestigingsplaatsen;
- een sterkere positie op de inkoopmarkt;
- meer mogelijkheden tot automatiseren;
- een breder draagvlak voor marketingbeleid.

De commerciële mkb-organisaties hebben niet slagvaardig genoeg gereageerd op de machtsconcentratie bij het grootwinkelbedrijf, noch op de terugval in de consumptieve bestedingen in de achter ons liggende depressiejaren. Dit is mede een gevolg van belangentegenstellingen binnen deze organisaties, van de weerstand van deelnemende detaillisten om hun beleid te conformeren aan de organisatie en onderlinge concurrentie.

Veel naar verhouding vaak grotere en rendabel opererende mkb-detaillisten hebben eigen organisaties opgericht of hebben zich als franchisenemer aangesloten bij een grootwinkelbedrijf. De positie van kleinere bedrijven werd hierdoor nog verder verzwakt. Niettemin lijkt de weg naar meer commerciële samenwerking in de detailhandel voor het midden- en kleinbedrijf onvermijdelijk om zijn positie op den duur te kunnen blijven handhaven.

4.6.2 Sector- en schaalbeleid

Bij het merendeel van de ondernemers in het mkb vormt winst uit onderneming het hoofdkomen. Daarbij wordt (moet) vaak genoegen genomen (worden) met een bescheiden inkomen. Men streeft geen expansie en vernieuwing na en houdt zich niet systematisch aan bedrijfseconomische normen. Niettemin vervullen deze ondernemingen, die relatief sterk vertegenwoordigd zijn in traditionele sectoren als detailhandel, ambacht en horeca, een belangrijke maatschappelijke en economische functie, die door goed geleide ondernemingen niet of slechts ten dele vervuld (kunnen) worden. Het gaat hier met name om het voorzieningenniveau in kleinere kernen en buurten. Dit neemt niet weg dat vele van de meer

behoudende ondernemers een behoorlijk inkomen weten te verdienen. Deze laatsten lopen echter het risico op den duur hun marktpositie te verliezen aan meer actieve ondernemers of aan het grootwinkelbedrijf, die alert inspelen op veranderingen in de markt. Naast deze meer behoudende ondernemers zijn er echter ook duizenden innovatieve ondernemers in het mkb met expansiedrang en ondernemingslust, die ook in de detailhandel een belangrijke rol spelen. Een aantal van hen heeft succes en hun bedrijf groeit door tot een onderneming van behoorlijke omvang. Sommige succesvolle bedrijven worden door een groot bedrijf overgenomen. Een enkeling groeit zelfstandig uit tot een grootbedrijf. Anderen daarentegen falen. Zij gaan failliet of hun bedrijf blijft als een marginaal bedrijf voortsuccelen. Tegen deze achtergrond wordt gepleit voor een twee-sporenbeleid. Het eerste spoor dient gericht te zijn op verbetering van de bestaansmogelijkheden van de grote groep behoudende ondernemers en het tweede spoor op het vergroten van kansen voor de 'echte' ondernemers in het mkb. Hierbij komen levensfasen van ondernemers (startfase, doorstartfase, enz.) automatisch centraal te staan.

Vanwege de grote maatschappelijke betekenis van de detailhandel zal bij het mkb-beleid ook het belang van de consument een belangrijk beleidsuitgangspunt dienen te zijn. In dit verband dient ook aandacht besteed te worden aan de ontwikkeling van bijzondere handelsvormen (zie paragraaf 4.4.4), waar concurrentievervalsende elementen te bespeuren zijn ten detrimente van de reguliere handel. Men kan zich hierbij onder meer afvragen of en in hoeverre willekeurige belangengroepen en ondernemingen ongehinderd detailhandelsfuncties mogen uitoefenen en of directe verkoop af/fabriek of boerderij gewenst is.

De spreiding van het winkelapparaat baart ernstige zorgen. Dit is aan de ene kant een gevolg van schaalvergroting en aan de andere kant van een toenemende tendens tot vestiging buiten bevolkingscentra in zogenaamde themacentra, vaak op verouderde fabrieksterreinen of op het platteland. Om te voorkomen dat hierdoor koopkracht aan bestaande winkelcentra wordt onttrokken, verdient het aanbeveling deze themacentra waar mogelijk te integreren met bestaande centra door daar ruimte en voorzieningen tegen acceptabele condities te bieden aan bedrijven die veel ruimte vergen. Dit geldt niet slechts voor meubel- en doe-het-zelf zaken, maar ook voor zogenaamde 'weide winkels' met een zeer breed assortiment. Het zijn namelijk de hoge vestigingsplaatskosten in de binnensteden met de slechte bereikbaarheid, die detaillisten doen omzien naar goedkope vestigingsmogelijkheden elders. Het is niet voldoende dat de overheid uitoefening van deze detailhandelsactiviteiten in de periferie verbiedt, want de praktijk wijst uit dat er uiteindelijk concessies gedaan moeten worden aan de eisen van het bedrijfsleven. Het verdient derhalve de voorkeur aan deze ondernemingen vestigingsplaatsmogelijkheden te bieden binnen dan wel annex aan winkelcentra in de binnenstad. Mede in verband met de tendens tot sectoroverschrijding van de detailhandel zullen met name de gemeentebesturen er aan mee moeten werken dat winkelcentra, die op deze ontwikkelingen niet zijn ingesteld, worden aangepast en dat nieuw te bouwen centra voldoende ruimte bieden voor verbreding van de dienstverlening aan het winkelend publiek. In het verlengde hiervan verdient het aanbeveling bepaalde overheidsdiensten, alsmede sociale en gezondheidsdiensten en recreatieve voorzieningen meer dan tot nu toe gebruikelijk is binnen winkelcentra te lokaliseren. Het spreekt voor zich dat de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden hierbij grote aandacht verdienen omdat deze vaak bottlenecks zijn voor een verdere ontplooiing van winkelcentra. Dit beeld wordt bevestigd door een recent NIPO-onderzoek dat in opdracht van het KNOV is uitgevoerd. Hoewel dit onderzoek wijst op een duidelijke opleving van centra van oude historische middelgrote binnensteden, blijkt de bereikbaarheid een handicap te blijven ⁴⁹. De bestaansmogelijkheden van kleine

⁴⁹ *Haarlems Dagblad*, 7 januari 1987.

buurtwinkelcentra en winkels in kleine kernen kunnen worden versterkt door taakverbreding. Hierbij kan gedacht worden aan het integreren van detailhandelsfuncties met wat men tegenwoordig 'buurteconomie' noemt. Hieronder worden werkgelegenheidsprojecten verstaan gericht op ambachtelijke en andere vormen van dienstverlening voor mensen in een buurt waar deze voorzieningen in onvoldoende mate aanwezig zijn. Maar ook samenwerking van de detailhandel met dienstverlenende instanties op maatschappelijk gebied is te overwegen. De aanwezigheid van winkels is overigens voor bewoners van even groot maatschappelijk belang als die van dienstverlenende instellingen, vooral voor minder mobiele consumenten. Het is derhalve op sociale gronden verantwoord winkeliers in deze kernen een basisinkomen ter beschikking te stellen. Dit verdient de voorkeur boven een eenmalige subsidie, te meer omdat de ontwikkelingen in de detailhandel de continuïteit van steeds meer winkels in kleine centra in gevaar brengen met name door een stijging van de kritische omzet (zie grafiek 4.3). Het kan nuttig zijn hierbij gebruik te maken van de ervaringen die men in Noorwegen met soortgelijke maatregelen heeft⁵⁰. Ten slotte wordt de aandacht van de distributieplanologie gevestigd op de gevolgen van met name teleshopping voor het goed functioneren van winkelvoorzieningen. Hoewel het niet waarschijnlijk is dat teleshopping over enkele decennia het traditionele winkelen zal hebben verdrongen, dient er mee gerekend te worden dat rond de eeuwwisseling circa 10% van de omzet via teleshopping door consumenten zal worden gekocht. Dit gaat dan ten koste van het draagvlak van het bestaande winkelapparaat.

Daarnaast maant ook de onvoorspelbaarheid van het consumentengedrag tot voorzichtigheid bij het nemen van lange termijnbeslissingen als de stichting en vernieuwing van winkelcentra. Dit is niet slechts een probleem voor de overheid, maar meer nog voor de detailhandel zelf. Nog afgezien van het tempo waarin assortimenten en winkelformules verouderen, moeten ook panden en inventarissen telkens vernieuwd worden. Door verkorting van de economische levensduur van investeringen drukken de afschrijvingen zwaarder op de exploitatierekening.

De kwestie van de openingstijden van winkels is in de detailhandel actueel. Bepaalde consumentengroepen, met name de tweeverdieners en werkende alleenstaanden, hebben duidelijk behoefte aan langere openingstijden na afloop van hun werk. Langere openingstijden zullen daarnaast ook een bijdrage kunnen leveren aan een verbetering van de sociale functie van de detailhandel, mede in samenhang met de integratie van de detailhandel met dienstverlening, waarop hiervoor al is gewezen. Ten slotte kan in bepaalde situaties verlenging of verschuiving van openingstijden een voorwaarde zijn voor het goed functioneren van multifunctionele winkelcentra, waarmee tevens de verlatenheid van winkelstraten en winkelcentra in de avonduren wordt tegengegaan⁵¹. Wanneer inderdaad besloten wordt de openingstijden aanzienlijk te verruimen of – zoals het geval is in het buitenland – de winkelsluitingswet wordt afgeschaft, zal dit gunstig zijn voor de werkgelegenheid in de detailhandel, waarvan met name part-timers zullen profiteren. Het nadeel is echter dat langere openingstijden kostenverhogend werken. Dit zal waarschijnlijk gaan ten koste van kleine winkels, want de drempelkosten (zie paragraaf 4.4.1) zullen daardoor sterk stijgen, waardoor hun continuïteit verder bedreigd wordt. Het probleem van het voorzieningenniveau van buurten en kleine kernen wordt er door verhoogd. Dit verklaart het verzet van ondernemersorganisaties tegen langere openingstijden. Het verdient daarom de voorkeur niet de openingstijd van de winkels te verlengen maar meer ruimte te laten voor verschuiving van openingstijden⁵².

⁵⁰ B. Nooteboom, 'Beleid voor het handhaven van kleine winkels; een vergelijking tussen Noorwegen en Nederland'; *Beleid en Maatschappij*, december 1981, jaargang VIII, nr. 12 blz. 389-397.

⁵¹ B. Nooteboom, 'Openingstijden en schaafeffecten in de detailhandel'; *Economisch Statistische Berichten*, 25 mei 1983, jaargang 68, nr. 3406, blz. 462-463.

⁵² *Ibid.*

De snelle afbrokkeling van de positie van het mkb in de detailhandel, die per saldo ook schadelijk is voor de consumenten, vindt een belangrijke oorzaak in de relatief zwakke positie van het mkb op de inkoopmarkten. Prijsdiscriminaties op inkoopmarkten blijken in bepaalde gevallen fataal te zijn voor kleine zelfstandigen en in strijd met een ordelijk economisch verkeer. Dit probleem vereist echter nadere studie, waarbij ook het functioneren van het systeem van minimum- en bodemprijzen aan de orde dient te komen. Daar hier de werking van het vrije marktmechanisme ter discussie wordt gesteld is dit een politiek belangrijk vraagstuk, dat een zorgvuldige afweging van voor- en nadelen van eventuele maatregelen noodzakelijk maakt.

4.6.3 *Samenhang tussen mkb en grootbedrijf*

Om tot een doeltreffend mkb-beleid te kunnen komen is een goede definitie van het begrip 'zelfstandige onderneming' nodig. Hierbij zou overwogen kunnen worden ondernemingen in te delen in: geheel zelfstandige ondernemingen, ondernemingen die tot een bepaalde holdingmaatschappij behoren en ondernemingen die deelnemen in samenwerkingsverbanden met een beslissende invloed op het zelfstandig ondernemen. Hierdoor wordt een beter inzicht verkregen in de werkelijke positie van het mkb in de detailhandel, die ernstig bedreigd wordt door een sterke concentratietendens. Daarnaast dient onderscheid gemaakt te worden tussen het behoudende deel van het mkb en het echte ondernemende deel, waarop in het voorgaande reeds is gewezen. Voorts zal het overheidsbeleid gericht moeten zijn op het scheppen van zoveel mogelijk gelijke kansen voor het mkb en het grootbedrijf. De analyse van de detailhandel duidt er op dat hieraan het nodige schort. Maar ook omwille van de kwaliteit van het voorzieningsniveau van de consumenten is een actief overheidsbeleid ter bescherming van kleine detailhandelsondernemingen die een nuttige functie vervullen welke door het grootbedrijf niet wordt (kan worden) vervuld, onmisbaar. Verder zal de overheid er ook op toe moeten zien dat er voldoende keuzemogelijkheden voor de consumenten zijn, zowel wat winkeltype als assortiment betreft.

Om verstarring in de detailhandel te voorkomen vraagt het innovatieve mkb bijzondere aandacht. De ervaring leert immers dat het merendeel van de vernieuwingen zijn oorsprong vindt in het mkb. De overheid zal daarom moeten bijdragen aan de verhoging van de slaagkansen van de nieuwe initiatieven, al dan niet van startende ondernemers. Helaas moet geconstateerd worden dat er een discrepantie in het overheidsbeleid bestaat, waarbij research- en innovatie-activiteiten van grote bedrijven met gulle hand worden ondersteund, terwijl er tegelijkertijd bezuinigd wordt op steun aan het mkb. Een voorbeeld hiervan is de recente afschaffing van rentesubsidies bij het vermogensversterkingskrediet. Vele, in eerste aanleg geslaagde initiatieven van het mkb lopen vast in de doorgroefase wegens financieringsproblemen en/of het ontbreken van managementkwaliteiten die bestand zijn tegen de eisen van een groeiend bedrijf. Deze bedrijven worden dan ook vaak door grote(re) ondernemingen overgenomen, of zij gaan failliet. Het zou in het belang van een gezonde structuur van het bedrijfsleven in het algemeen en van het mkb in het bijzonder zijn indien er meer kansen voor behoud van zelfstandigheid van deze ondernemingen in de doorgroefase zouden komen.

In het voorgaande is bij herhaling gewezen op de relatief zwakke positie van commerciële samenwerkingsverbanden in de detailhandel tegenover grote filiaalbedrijven. Dit is wellicht een van de belangrijkste oorzaken van de verzwakte marktpositie van het mkb, vooral in de levensmiddelensector. Toch krijgt commerciële samenwerking in de detailhandel voor het mkb steeds meer een onvermijdelijk karakter. Er ligt dan ook een taak voor de overheid om dit proces in goede banen te leiden. Hierbij kan gedacht worden aan een wetgeving met een vergunningstelsel,

waarin tevens de rechten en plichten van deelnemers aan een commerciële organisatie nader geregeld worden. Een advisering van individuele ondernemers die toetreding overwegen door deskundigen kan van belang zijn. Daarnaast kan een beroepsinstantie voor eventuele klachten over naleving van samenwerkingscontracten van nut zijn.

4.6.4 *Inkomensbeleid*

Zoals bekend heeft het inkomen van zelfstandigen niet slechts ten doel de privé-uitgaven van de ondernemer te financieren, maar het is ook de bron voor investeringen en het op peil houden van het risicodragend vermogen in relatie met de ontwikkeling van de bedrijfsomvang. Via de zelfstandigenaftrek bij de inkomsten- en vermogensbelasting is deze meervoudige functie door de overheid erkend en gehonoreerd. Deze regeling is in zijn algemeenheid niet onredelijk. Dit wil echter niet zeggen dat er voor het mkb geen grote problemen zijn. Het is namelijk bij de bestaande belastingtarieven nauwelijks mogelijk voldoende te reserveren voor de financiering van de expansie en de investeringen. Vooral voor jonge actieve ondernemers is dit een groot knelpunt. Vervolgens wordt gewezen op de financieringsproblemen bij opvolging. Het is namelijk uitermate moeilijk de uittredende ondernemer uit te kopen of hem en zijn partner een goede oudedagsverzorging te garanderen. In familiebedrijven wordt het bedrijfsvermogen uitgehold door successierechten en door mede-erfgenamen van de overnemende ondernemer. Men kan zich dan ook afvragen of de fiscale vermenging van privé-inkomen en -vermogen met ondernemingswinst en -vermogen fundamenteel juist is en of het niet verre de voorkeur verdient hier een scheiding aan te brengen die in feite ook bij het grootbedrijf bestaat. Bovendien zijn de progressieve tarieven van de inkomstenbelasting, die bij eenmanszaken en firma's worden toegepast, moeilijk te rijmen met het vaste tarief voor vennootschappen. Het principe van gelijke lasten komt hier duidelijk in gedrang.

Het is te hopen dat het onderzoek naar het invoeren van een zelfstandigenstatuut – waarbij onder meer aandacht wordt besteed aan het fiscale winstbegrip in het licht van de drieledige functie van het inkomen van zelfstandigen, de positie van de meewerkende echtgeno(o)t(e) en de belastingheffing bij bedrijfsopvolging – tot een duidelijke afsplitsing van privé- en ondernemingsinkomen leidt.

4.6.5 *Scholing/kennis/advies*

De vestigingswetgeving heeft, historisch gezien, een enorme impuls gegeven aan het ondernemersonderwijs. Niettemin hebben vakbekwaamheidseisen niet kunnen voorkomen dat rond 60% van de nieuwe ondernemingen binnen enkele jaren ophouden te bestaan. Men kan zich dan ook afvragen of de vestigingsdiploma's (nog) beantwoorden aan de eisen van het ondernemerschap in de huidige tijd. Bovendien zijn er in het zwarte en grijze circuit vele 'quasi' ondernemingen werkzaam, waar vakbekwaamheidseisen geen rol spelen.

Tegen deze achtergrond zou het de voorkeur verdienen de vestigingswetgeving te vervangen door een vergunningstelsel, gebaseerd op de kwaliteit van ondernemingsplannen. Iemand die een onderneming wil beginnen zal zijn ondernemingsplan ter goedkeuring moeten voorleggen aan een daarvoor aangewezen instantie. Het belangrijkste toetsingscriterium voor een vergunning zal de haalbaarheid van de plannen moeten zijn. Als toetsingsinstanties kunnen in principe dezelfde instituten (eventueel aangevuld met anderen) worden aangewezen als bij de garantiekretieverlening. Dit voorstel sluit aan bij de praktijk, waar ondernemingsplannen een steeds grotere rol spelen met name bij de beoordeling van de kredietwaardigheid. Het grote voordeel van dit systeem boven vestigingswetten is, dat bij toetsing van ondernemingsplannen ook de kwaliteit

ten van de toekomstige ondernemer bekeken kunnen worden, maar dan veel meer in relatie tot de aard en omvang van zijn onderneming. Zo kan er bijvoorbeeld rekening worden gehouden met de invloed van een commerciële organisatie, waarbij men zich wil aansluiten. Bovendien wordt de aspirant ondernemer gedwongen tot een goede voorbereiding, waardoor vele mislukkingen worden voorkomen. De toetsende instanties zouden tevens de bevoegdheid moeten hebben als voorwaarde voor een vestigingsvergunning een verplichte begeleiding gedurende enkele jaren voor te schrijven, zoals dit ook bij garantiekredieten mogelijk is. Een dergelijk vergunningenstelsel zal ook van invloed kunnen zijn op de opleiding van toekomstige ondernemers, daar het belang van praktijk-kennis en -praktijkervaring in dit stelsel een zwaarder accent krijgt dan bij vestigingswetdiploma's.

Tot nu toe hebben opleidings- en bijscholingsmogelijkheden voor medewerkers in het mkb weinig aandacht gekregen. Er is dan ook een duidelijke achterstand op dit terrein bij het grootbedrijf, dat hier steeds meer aandacht aan besteedt. Daar interne opleidingen, zoals bij het grootbedrijf, voor kleinschalige ondernemingen niet haalbaar zijn, zal men deze taak collectief via branche-organisaties en/of commerciële organisaties ter hand moeten nemen. Hulp van de overheid is hierbij onontbeerlijk.

Gemis aan specialisten binnen het bedrijf heeft tot gevolg dat het mkb een relatief grote behoefte heeft aan externe adviseurs. Daarom stelt de overheid via de SMO- en andere regelingen niet onbelangrijke subsidies ter beschikking om de adviesdrempel voor het mkb te verlagen. Desondanks blijkt uit onderzoek dat het mkb slechts matig gebruik maakt van externe adviseurs. Dit houdt vermoedelijk verband met een adviespraktijk, die slecht past bij de mentaliteit en de behoefte van ondernemers in het mkb. De advisering concentreert zich namelijk te veel op knelpunten en deeloplossingen, terwijl er tevens te weinig tijd en aandacht besteed wordt aan begeleiding bij de uitvoering van de aanbevelingen. De ondernemers in het mkb hebben veel meer behoefte aan een vertrouwensman waar ze tegenaan kunnen praten dan aan adviseurs met een eenmalige opdracht die zich beperken tot 'dure' rapporten. De overheid zou juist deze 'praatpaalfunctie' meer moeten stimuleren. Branche-organisaties zouden hierbij een nuttige functie kunnen vervullen. Daarnaast kan gedacht worden aan de inschakeling van retired managers. De Kamers van Koophandel zouden hierbij een coördinerende rol kunnen vervullen.

De commerciële persoonlijke dienstverlening

Dr. J.J. Godschalk

5. DE COMMERCIELE PERSOONLIJKE DIENSTVERLENING ¹

De activiteiten die tot de commerciële persoonlijke dienstverlening gerekend worden, ook wel commerciële consumptieve dienstverlening genoemd, hebben als voornaamste gemeenschappelijk kenmerk dat rechtstreekse levering plaatsvindt aan particuliere huishoudens (verder aan te duiden als gezinshuishoudingen. Het is een heterogene groep waartoe binnen het bestek van deze studie de volgende bedrijfsklassen of groepen gerekend kunnen worden:

- horeca (SBI 67);
- reparatiebedrijven voor gebruiksgoederen (SBI 68);
- schoonmaakbedrijven, wasserijen, kappers, schoonheidsinstituten, foto-ateliers en overige persoonlijke dienstverlening (SBI 98).

De keuze van deze sectoren laat onverlet dat ook andere activiteiten hun afzet in grote mate richten op de gezinshuishoudingen, zoals autorijscholen, schilders- en behangersbedrijven en dergelijke.

De vraag van gezinshuishoudingen naar deze diensten wordt bepaald door de koopkracht van de gezinshuishouding en door de relatieve prijs van de diensten. Het vermoeden is dat ook deze factoren een belangrijke rol spelen bij een frequent gemaakte keuze voor dienstverlening via de informele economie. In dit hoofdstuk zal daarom het accent liggen op de relatie tussen de formele en informele economie. Daartoe zal, na een korte beschrijving van het wezen van de persoonlijke dienstverlening, een theoretische beschouwing worden opgezet die de bovengenoemde relatie tastbaar moet maken. Daarna zal kort worden ingegaan op de verschillende onderdelen van deze dienstverlening, waarbij aandacht besteed zal worden aan de praktische consequenties van de ontwikkeling naar een steeds meer in omvang toenemende informele economie.

5.1 Inleiding

De persoonlijke dienstverlening richt zich op de verzorging van mensen en van hun goederen. Kenmerkend voor de bedrijven in deze sector is dat ze over het algemeen klein zijn (veel zelfstandigen), dat de werkzaamheden sterk arbeidsintensief zijn – waardoor bijna de helft van de kosten gemiddeld uit loonkosten bestaat – en dat de kapitaalbehoefte gering is. Dat laatste maakt de toetredingsdrempel voor deze sector over het algemeen laag. De geringe kapitaalbehoefte betekent tevens dat de drempel voor een overgang naar de informele economie voor deze sector ook betrekkelijk laag is.

De dienstverlening in het algemeen kan met een aantal kenmerken duidelijk worden onderscheiden van de goederenproductie. In de eerste plaats is een verleende dienst niet tastbaar, in de zin dat hij in voorraad gehouden kan worden. In de tweede plaats gaat het initiatief tot de productie uit van de klant. In de derde plaats vinden productie en consumptie van de dienst veelal tegelijkertijd plaats. In de vierde plaats is de productie doorgaans niet aan een vaste plaats gebonden. In de vijfde plaats kan men een dienst niet doorverkopen.

Een ander onderscheid dat met de doorsnee goederenproductie gemaakt kan worden is het verschil in arbeidsproductiviteit tussen goederenproductie en dienstverlening (zie tabel 5.1). Bij de verlening van

¹ Paragraaf 5.4 'Enkele sectoren nader bezien' is gebaseerd op M.J. Zandstra *Vooruitzichten voor de verzorgende dienstverlening*; 's-Gravenhage, Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 1987 (Werkdocumenten W20).

Tabel 5.1 Arbeidsproductiviteitsontwikkeling in Nederland in een aantal sectoren 1953-1983

	Mutaties per jaar in %		
	1953-1963	1963-1973	1973-1983
Landbouw	5,0	7,8	6,2
Industrie ^{a)}	5,1	7,1	3,9
Energie	5,6	16,8	-0,1
Bouw	-0,2	2,4	0,4
Tertiaire diensten	2,9	3,8	2,4
Quartaire diensten	0,3	-1,0	0,6
Totaal	3,5	5,4	2,2

Bron: CPB, *Centraal Economisch Plan 1986*.

^{a)} Exclusief olieraffinaderijen.

diensten is in het algemeen weinig automatisering mogelijk, het personeel is niet constant actief, terwijl, zoals al werd aangegeven, voorraadvorming niet tot de mogelijkheden behoort.

Terwijl de produktiviteit in de dienstverlening achtergebleven is, zijn de loonontwikkelingen wel in de pas gebleven met de meer produktieve sectoren van de economie en daarmee voortdurend gestegen. Met name in deze arbeidsintensieve sector heeft dit tot voortdurende prijsstijgingen geleid.

Voor verhoging van de produktiviteit in de dienstensector worden nog steeds maar weinig mogelijkheden gezien. Men kan denken aan schaalvergroting en taakverdeling, zoals dat wel in de horeca plaatsvindt. Aan een verminderen van de lege arbeidsuren door de inzet van flexibele arbeid. Aan pogingen de afzet in de tijd te spreiden. En aan het laten uitvoeren van arbeidsintensieve onderdelen van de dienstverlening door de klant. Slechts in enkele onderdelen van de persoonlijke dienstverlening zijn dit soort maatregelen mogelijk en daarbij is het de vraag of het in alle gevallen soelaas zal bieden. Zonder meer kan geconcludeerd worden dat de persoonlijke dienstverlening zich in deze tijd van rationalisering in een moeilijke hoek bevindt.

5.2 Enkele beschouwingen over het wezen van de persoonlijke dienstverlening

5.2.1 Diensten en welvaartsontwikkeling

Om een duidelijk beeld te krijgen van de ontwikkeling van de dienstensector in het algemeen is het nuttig deze te plaatsen in het bredere kader van de Nederlandse economische ontwikkeling, met name sinds het eind van de Tweede Wereldoorlog. Al vroeg blijkt de dienstensector in Nederland meer werkgelegenheid geboden te hebben dan de nijverheid en na de Tweede Wereldoorlog is dat verschil steeds groter geworden (zie tabel 5.2).

Tabel 5.2 Arbeidsvolume naar sector in Nederland, 1849-1990 in procenten

	Landbouw	Nijverheid	Diensten
1849	44,1	24,1	31,8
1930	20,6	36,4	43,0
1963	11,2	44,1	44,7
1973	7,6	40,6	51,8
1979	6,9	37,2	55,9
1983	7,2	33,3	59,5
1990 ^{a)}	6,3	32,9	60,8

Bron: WRR, *Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie*; Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, *Rapportage Arbeidsmarkt 1985*.

^{a)} Schatting.

Wanneer uitgegaan wordt van een ontwikkelingsperspectief zou men de dienstverlening in drie soorten kunnen verdelen. De 'traditionele' diensten, voornamelijk bestaand uit diensten zoals die verleend werden door huishoudelijk personeel. Vervolgens de diensten die een direct gevolg vormen van de industriële ontwikkeling. 'Les frais généraux de la civilisation industrielle' zoals Aron dat noemt, waarbij hij vooral doelt op de diensten van banken, verzekeringsmaatschappijen en op de kosten voor research en ontwikkeling. En ten slotte de 'nieuwe diensten' die een onderdeel vormen van de welvaartsontwikkeling van de burger in de moderne westerse samenleving². De zakelijke dienstverlening wordt in deze gedachtengang complementair gezien aan de industriële ontwikkeling.

De persoonlijke dienstverlening – het centrale thema van dit hoofdstuk – is hier een menging van de traditionele diensten en van de nieuwe diensten die zich recent ontwikkeld hebben in het huidige massaconsumptie tijdperk. Dit is een dienstverlening die activiteiten omspannt van de ouderwetse huishoudelijke hulp tot diensten die verbonden zijn met vermaak en ontspanning. De volumegroei van deze diensten loopt in grote trekken parallel met de inkomensgroei per hoofd, waarbij in het algemeen aangenomen wordt dat de vraagelasticiteit hier groter is dan 1³.

De welvaartsontwikkeling zoals die tot uiting komt in de groei van de inkomens, is in de naoorlogse periode ongekend groot geweest. Na 1964, toen de geleide loonpolitiek met zijn matigende werking werd losgelaten, steeg het reële inkomen per hoofd van de bevolking met onmstreeks 4,3% per jaar. In de loop van de jaren zeventig is deze groei gestagneerd, maar voor het merendeel van de Nederlanders bleef sprake van een groei van de koopkracht. In de jaren tachtig is deze ontwikkeling weinig constant.

Bij een vergelijking met 1948 blijkt, gemeten naar de koopkracht van 1975, het gemiddelde inkomen per inwoner in 1980 gestegen te zijn van f 4300 tot f 10.910. Meer dan een verdubbeling. Een nog duidelijker indicatie van de welvaartsgroei krijgt men bij een analyse van de besteding van de inkomens. In 1939 bestonden de consumptie-uitgaven voor gezinshuishoudingen voor 41% uit bestedingen voor voedings- en genotmiddelen en voor 21% uit bestedingen voor duurzame consumptiemiddelen. Tot 1955 bleef die verhouding ongeveer gelijk. Daarna gaan de uitgaven voor duurzame consumptiemiddelen geleidelijk aan oplopen tot zij in 1970 de uitgaven voor voedings- en genotmiddelen overtreffen⁴. Het is een ontwikkeling die in overeenstemming is met het theorema van Engel, Duits statisticus uit de tweede helft van de negentiende eeuw. Daarin wordt gesteld dat naarmate het nationaal inkomen toeneemt, het deel van het inkomen dat aan voedsel besteed wordt begint te dalen, terwijl een steeds groter deel gebruikt gaat worden voor de aanschaf van duurzame gebruiksgoederen en luxe artikelen⁵.

De groei van de welvaart leidt, zoals Katona dat stelt, tot een voortdurende toename van het 'discretionaire' inkomen, dat wil zeggen een toename van dat deel van het inkomen dat na de bevrediging van de eerste levensbehoeften 'ter discretie' van het gezin blijft voor min of meer luxe uitgaven. Katona dacht daarbij in de eerste plaats aan 'huishoudinvesteringen', zoals de aanschaf van wasmachines, koelkasten, televisie-apparaten of auto's.

Maar het ligt voor de hand dat ook allerlei vormen van persoonlijke dienstenconsumptie tot de discretionaire uitgaven gerekend moeten worden⁶.

² R. Aron, *Dix-huit leçons sur la société industrielle*; Paris, Gallimard, collection idées, 1962.

³ Zie voor een beschouwing hierover: M.A. Katouzian, *The development of the service sector: a new approach*; Oxford, Oxford Economic Papers, vol. 22; 1970.

⁴ Centraal Bureau voor de Statistiek, *Tachtig jaar statistiek in tijdreeksen*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1979.

⁵ Vermeld bij D. Bell, *The coming of post-industrial society*; New York, Basic Books, 1975, blz. 128.

⁶ G. Katona, *Aspirations and affluence*; New York, McGraw-Hill, 1971.

5.2.2 Gezinshuishouding en de vraag naar diensten

In moderne economische benaderingen wordt de gezinshuishouding wel aangeduid als een 'economische eenheid' die zich bezighoudt met het produceren van goederen en diensten. Het huishouden wordt daarbij wel een kleine fabriek genoemd, waarin uit besparingen investeringen gedaan worden in huishoudapparatuur voor de productie van nuttige goederen en diensten. In deze benadering is de winkelende huisvrouw wel aangeduid als 'een producent die onderhandelt met de toeleveringsbedrijven op de inkoopmarkt'⁷.

Net als alle andere produktie-eenheden is deze economische eenheid gericht op nutsmaximalisering: de gezinshuishouding richt zich op het bereiken van een zo groot mogelijke welvaart, waaraan haar leden bijdragen naar mogelijkheden en bekwaamheden. Bij de produktiemiddelen van deze eenheid speelt vooral de tijd, als een betrekkelijk schaars goed, een belangrijke rol.

Geld kan maar één keer uitgegeven worden, maar ook voor tijd geldt dat ze maar één keer besteed kan worden. De belangrijkste keus voor leden van de gezinshuishouding is tussen arbeid in de marktsector om met het daar verdiende inkomen goederen en diensten te kunnen kopen, of het verrichten van huishoudelijke arbeid waarbij een deel van deze goederen en diensten zelf geproduceerd wordt. Deze keuzeproblematiek maakt de waarde van de tijd, aan de hand van bijvoorbeeld produktiefuncties en inkomensverwervingsfuncties, in sterke mate tot bepaler van de arbeidsverdeling in de gezinshuishouding. Mannen beschikken over het algemeen over een grotere inkomensverwervingsfunctie. Vrouwen hebben vaker hun 'human capital' geïnvesteerd in huishoudelijke bekwaamheden. De keuze tussen arbeid in de marktsector of huishoudelijke arbeid (of vrije tijd) zal vooral plaatsvinden op basis van de hoeveelheid inkomen die men voor de laatste activiteiten zou laten schieten ('forgone earnings')⁸. Niet alleen op economische gronden, maar ook om culturele redenen zijn in de loop van de naoorlogse periode allerlei veranderingen gekomen in de werkverdeling binnen gezinshuishoudingen. In de eerste plaats zijn die veranderingen een gevolg van de toegenomen verkleining van gezinnen. Zo bestond in 1960 36% van de huishoudingen uit één of twee personen, in 1985 is dat aandeel toegenomen tot 54% en rond het jaar 2000 wordt zelfs een percentage van ongeveer 63 verwacht. Daarbij moet nog gerekend worden dat een groot deel van de gezinnen met drie personen gevormd wordt door eenoudergezinnen⁹. In de tweede plaats is van belang de toename van de beroepsarbeid door vrouwen. In 1899 bestond de beroepsbevolking voor 77,5% uit mannen en voor 22,5% uit vrouwen. Een groot deel van deze vrouwen was werkzaam in huishoudelijke diensten. Geleidelijk aan is het aandeel van mannen teruggelopen tot 67,2% terwijl dat van vrouwen toenam tot 32,3%. De toename blijkt voor een groot deel op rekening van gehuwde vrouwen gebracht te moeten worden. Wanneer naar de situatie in andere ontwikkelde industrielanden gekeken wordt, dan kan verwacht worden dat het aandeel van vrouwen nog verder zal stijgen. Nederland blijkt namelijk een laag deelnemingspercentage van vrouwen te hebben. Gemiddeld is dit in de EEG 50% met een uitschieter van Denemarken met maar liefst 71%¹⁰.

⁷ A.K. Cairncross, 'Economic Schizophrenia'; *Scottish Journal of Political Economy*, jaargang 5, nr. 1, 1958.

⁸ G.S. Becker, *On the relevance of the new economics of the family*; papers and proceedings of the American Economic Association; May 1974; Idem, 'A Theory of the allocation of time'; *The Economic Journal*; jaargang 75, september 1965.

⁹ Bureau voor Strategisch Marktonderzoek, *Trendrapport volkshuisvesting, 1982*; Delft, 1983.

¹⁰ Vgl. WRR, *Waarborgen voor zekerheid*; Rapporten aan de Regering 26, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1985 en Ministerie voor Sociale Zaken en Werkgelegenheid, *Rapportage arbeidsmarkt 1986*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1986.

Zie voor deze informatie ook Sociaal en Cultureel Planbureau, *Sociale atlas voor de vrouw*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1983, blz. 191-192.

Dit soort ontwikkelingen hebben ongetwijfeld hun invloed gehad op een groei van de vraag naar persoonlijke dienstverlening. Tabel 5.3 geeft daar een beeld van.

Tabel 5.3 Het aandeel van de consumptie van gezinshuishoudingen in de bruto produktiewaarde

Bedrijfsklasse aandeel	Consumptie- aandeel		Groei 1970-1982	
	1970	1982	Productie	Consumptie
	%		Gemiddeld % per jaar	
Groot- en detailhandel	55	50	8,8	7,9
Horeca	89	88	8,8	8,7
Reparatie gebruiksgoederen	53	51	8,7	8,6
Transport, opslag en communicatie	14	15	8,6	9,2
Bank- en verzekerings- wezen, zakelijke dienstverlening	24	15	15,7	11,2
Overige dienstverlening ^{a)}	89	82	12,5	11,7
Totale produktie bedrijfsleven	31	27	9,9	8,6

Bron: L.H.N. Bosch e.a., *De werkgelegenheid in de consumptie dienstensector*; Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, voorstudie V14, Den Haag, Staatsuitgeverij, 1986

^{a)} Gezondheids- en veterinaire diensten, cultuur, sport en recreatie en overige dienstverlening (SBI 91, 92, 93, 94, 98, 99).

5.2.3 Dienstverlening en sociale innovatie

Op basis van de beschikbare cijfers kan geconcludeerd worden dat de naoorlogse welvaartsgroei geleid heeft tot een sterke groei van de dienstverlening in Nederland. Maar toch is die groei niet zo indrukwekkend, dat deze te rijmen valt met de van verschillende zijde geuite veronderstelling dat de moderne industriële samenleving, waarvan Nederland een voorbeeld is, zich ontwikkeld heeft tot een dienstenmaatschappij ('service society') ¹¹.

Er is onmiskenbaar een continue toename van de zakelijke en de gesubsidieerde dienstverlening. De ontwikkeling van de commerciële persoonlijke dienstverlening blijft echter achter bij gewekte verwachtingen. Volgens berekeningen van de Stichting voor Economisch Onderzoek van de Universiteit van Amsterdam (SEO) is bij de commerciële persoonlijke diensten, gerekend in procenten van de nominale consumptieve bestedingen van gezinshuishoudingen, tussen 1969 en 1982 een teruggang te constateren van 26,8% naar 22,5% ¹².

Een vergelijkbare ontwikkeling constateerde Gershuny in Engeland tussen 1959 en 1979. Ook in Engeland was dit een periode met een aanzienlijke groei van het reëel besteedbaar inkomen. Van een met de inkomensgroei parallel lopende ontwikkeling van de dienstenconsumptie door huishoudingen was daar geen sprake en hij concludeert: 'The consumption of service functions which, on the basis of cross-sectional comparisons, we expect to rise as a proportion of total household expenditure probably is rising, but the proportional increase does not appear in the accounts of the formal economy' ¹³. Waarom heeft die verwachte groei niet plaatsgevonden? Omdat zich een substitutie van diensten door goederen heeft voorgedaan, waardoor de (finale) produktie van diensten

¹¹ Bell, *op. cit.*

¹² L.H.N. Bosch, T.P. Kroes en F.E.M. Ouddeken, *De werkgelegenheid in de consumptieve dienstensector*; Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, voorstudie V14, Den Haag, Staatsuitgeverij, 1986.

¹³ J.I. Gershuny, *Social innovation and the division of labour*; Oxford, Oxford University Press, 1983, blz. 19.

voor een deel verplaatst is naar de gezinshuishouding. Op een drietal gebieden brengt Gershuny deze ontwikkeling in beeld. Bioscoop- en theaterbezoek tegenover de aanschaf van een televisietoestel, huishoudelijke hulp tegenover de aanschaf van huishoudapparatuur en vervoersdiensten tegenover de aanschaf van vervoermiddelen.

Bij deze ontwikkeling hebben twee factoren een belangrijke rol gespeeld. In de eerste plaats zijn dat de sterk gestegen kosten van de dienstverlening. Door de eerder genoemde constante toename van de arbeidsproductiviteit in de nijverheid zijn de lonen daar voortdurend gestegen en als gevolg van allerlei koppelingsmechanismen zijn de lonen elders in de economie meegegaan. En dat terwijl in de dienstensector bij een grote arbeidsintensiteit de arbeidsproductiviteit sterk is achtergebleven bij die in de industrie. De dienstverlening is daardoor voortdurend duurder geworden. Een voorbeeld daarvan is de ontwikkeling van de loonkosten in het schildersbedrijf. Wanneer de index daarvan voor 1960 op 100 wordt gesteld dan is deze in 1982 opgelopen tot 962¹⁴. In de tweede plaats heeft de industrie in dezelfde periode middelen ontwikkeld waardoor een deel van de dienstverlening die vroeger door bedrijven gedaan werd nu weer binnen de gezinshuishouding verricht kan worden. In de taakverdeling tussen produktiehuishouding en gezinshuishouding zijn daardoor veranderingen opgetreden die wel worden aangeduid met 'sociale innovatie'. In de naoorlogse ontwikkeling was als gevolg van de grotere efficiëntie van de marktsector veel dienstverlening binnen de gezinshuishoudingen door bedrijven overgenomen. In de laatste decennia is die ontwikkeling niet zozeer in de richting van een dienstenmaatschappij ('service society') gegaan, maar in de richting van een 'self-service society'. Men zou dit met een aantal voorbeelden kunnen verduidelijken. Zo heeft het veiligheidsscheermes voor mannen de regelmatige gang naar de kapper overbodig gemaakt. Door het bezit van een wasmachine thuis hoeft de was niet meer de deur uit. De televisie brengt informatie in huis en biedt een keur aan mogelijkheden tot vermaak. De auto maakt voor velen het openbaar vervoer overbodig. En de caravan maakt dat men tijdens een langere of korte vakantie geen behoefte heeft aan een hotel of restaurant.

Niet alleen maakt deze ontwikkeling, wanneer de huishoudinvestering eenmaal gedaan is, de dienstverlening goedkoper, ze sluit ook beter aan bij de behoeften die zich in de betreffende periode bij consumenten ontwikkeld hebben. Zij past bij de eerder genoemde individualisering en bij de grotere behoefte aan een privédoelgebied bij de in het algemeen welvarender individuen in de moderne samenleving. De dienstverlening kan nu in de eigen huishouding beter op de wensen van individuen worden aangepast dan ooit in de marktsector mogelijk zou zijn.

De aanschaf van diensten is vervangen door de aanschaf van goederen en de investeringen die eerst plaatsvonden in de dienstenindustrie hebben zich verplaatst naar de gezinshuishoudingen. De eerder genoemde 'discretionaire inkomens' hebben geleid tot een ontwikkeling in de samenleving die men als een vorm van 'privatisering' zou kunnen aanduiden, met een verandering in de rolverdeling tussen bedrijf en gezin. Voor de op gezinshuishoudingen gerichte bedrijven blijft over, wat Gershuny noemt 'intermediate production' of wel 'making the capital goods used in the home production of final goods'¹⁵. Maar niet alleen het goedkoper worden van de dienstverlening door zelfwerkzaamheid is bepalend bij de hierboven weergegeven veranderingen, ook de verkorting van de arbeidstijd heeft hierbij een belangrijke rol gespeeld. De werkweek werd in de naoorlogse periode teruggebracht tot veertig uur (de vrije zaterdag) en is voor velen al gekomen op 36 uur en verdere verkortingen liggen in het verschiet. Daarnaast is de gemiddelde vakantieduur verlengd van on-

¹⁴ Bedrijfsschap schildersbedrijf, *Jaarverslag 1982*; blz. 18.

¹⁵ J.I. Gershuny, 'Post-industrial society, the myth of the service economy'; *Futures*, jaargang 9, nr. 2, 1977.

geveer 18 dagen naar 31 dagen (vakantie- en verlofdagen) waarbij voor een aantal categorieën werknemers nog ATV-dagen geteld moeten worden. Het moderne gezin kan hierdoor over meer tijd beschikken die gebruikt kan worden voor huishoudelijke activiteiten. Veranderde opvattingen over het huishouden, onder andere met betrekking tot reinheidsmaatstaven, maakten het mogelijk dat die activiteiten creatiever van karakter zijn dan stof afnemen en mattenkloppen. De grotere vrije tijd heeft er ook toe geleid dat het gebruik van auto en televisie veel omvangrijker is dan het gebruik dat men ooit gemaakt zou hebben van theater of openbaar vervoer.

5.2.4 Dienstverlening en buffertheorie

Eerder werd gesproken van de keuze die bij het streven naar nutsmaximalisering in de gezinshuishoudingen gemaakt wordt tussen arbeid in de marktsector (betaalde arbeid) en arbeid in de eigen huishouding. Wie voor dat laatste kiest, loopt een inkomen mis dat wordt aangeduid als 'forgone earnings'. De laatste jaren zijn er enkele honderdduizenden die een arbeidsinkomen mislopen zonder dat er van een bewuste keuze sprake is. Ze worden doorgaans, zeker wanneer de werkloosheid van lange duur is, geconfronteerd met een teruggang in inkomen, waar dan een grote toename van vrije tijd tegenover staat. Volgens de in 1941 door Kuznets geformuleerde buffertheorie zou zo'n crisissituatie moeten leiden tot een uitbreiding van de productie binnen gezinshuishoudingen.

Uit onderzoeken blijkt dat een dergelijke vermindering van inkomen in de eerste plaats leidt tot een verlagen van de uitgaven voor een aantal persoonlijk diensten. Bezuinigingen op buitenshuis eten, vakantie, uitgaan, reparatie van de auto en huishoudelijke apparatuur blijken bij werklozen hoog op de lijst te staan¹⁶. Voor het opvangen van dit soort bezuinigingen door extra activiteiten in de gezinshuishouding zijn echter weinig aanwijzingen gevonden¹⁷. Doe-het-zelf-activiteiten van werklozen zijn zowel naar uitgaven als naar tijd geringer dan van werkenden¹⁸. Zelf doen kost in de meeste gevallen een investering in hulpmiddelen en in materiaal. En voor een aantal reparatiewerkzaamheden zullen ook werklozen doorgaans de noodzakelijke bekwaamheden missen¹⁹.

Vanuit feministische hoek is een meer op vrouwen gerichte buffertheorie geformuleerd, waarin verondersteld wordt dat huisvrouwen zich in tijden van financiële crisis meer gaan inspannen om de bedreigde levensstandaard van het gezin op peil te houden:

'Juist omdat huishoudelijke arbeid rekbaar is en niet op basis van een uurloon wordt betaald, fungeren huisvrouwen als een reservoir van extra arbeid. Ze maken overuren zonder zich ervan bewust te zijn. Ze fungeren als buffer om de eerste klappen op te vangen van de economische crisis'²⁰.

Maar ook hier is voor een deel van de dienstverlening geld en een bepaalde bekwaamheid noodzakelijk. Als geheel is het daarom de vraag of de buffertheorie een substantiële bijdrage levert voor de beantwoording van de vraag naar het achterblijven van de groei van de commerciële persoonlijke dienstverlening. Gershuny spreekt bij zijn verhandeling over sociale innovatie van de invloed van 'alternatieve sociale arrangementen'. Het vermoeden is dat naast de substitutie van diensten door goederen daarbij vooral gedacht moet worden aan het uitwijken van de consumptie naar dienstverlening in de informele economie.

¹⁶ Zie Sociaal en Cultureel Planbureau, *Sociaal en Cultureel Rapport 1986*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1986, blz. 231-234.

¹⁷ J.W. Becker, R. Vink en J.J. Godschalk, *Enige aspecten van arbeid in de toekomst*; Sociaal en Cultureel Planbureau, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1986, tabel 4.4, blz. 79.

¹⁸ *Ibid.*, tabel 4.8, blz. 80.

¹⁹ W. Knulst en L. Schoonderwoerd, *Waar blijft de tijd*; Sociaal Cultureel Planbureau, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1983, hoofdstuk 4.

²⁰ A. Meulenbelt, 'De economie van de koesterende functie'; *Ter Elfder Ure*, 1975.

5.3 Dienstverlening en de zwarte sector

5.3.1 *De vraag naar informele dienstverlening*

Zoals al eerder werd aangegeven streeft ook de gezinshuishouding naar een maximalisering van haar nut. Met de haar tot beschikking staande middelen probeert zij tot een zo groot mogelijke behoeftenbevrediging te komen.

Bij de verhandeling over de buffertheorie werd gesproken over de diensten die men in eigen beheer zou kunnen verrichten, ten einde schaars inkomen beschikbaar te hebben voor andere behoeften. Maar de mogelijkheden voor doe-het-zelf-activiteiten zijn ook beperkt. In de eerste plaats beschikken bepaalde huishoudingen niet over voldoende tijd voor deze 'zelfdienstverlening'. Bijvoorbeeld bij hogere inkomensgroepen wordt vaak zoveel tijd in beslag genomen door het verrichten van formele, betaalde arbeid, dat men geen tijd meer over heeft voor het verrichten van allerlei klussen. In de tweede plaats zal men een aantal diensten niet zelf kunnen verrichten omdat men niet over de daarvoor noodzakelijke bekwaamheid beschikt en de daarbij behorende gereedschappen of andere hulpmiddelen niet in huis heeft. Wanneer men niet-temin een besparing zoekt dan kan uitgeweken worden naar de zwarte sector van de economie. Dat is de sector waar economische activiteiten systematisch buiten de officiële registraties worden gehouden om betaling van belastingen en sociale premies te ontgaan. Zoals Douben en Van der Wilde indertijd in een preadvies over economisch beleid geschreven hebben:

'Vooral wanneer de regelgeving, de kosten of collectieve heffingen het reëel besteedbaar inkomen van producenten of consumenten aantasten, dan wel de groei ervan belemmeren, is er aanleiding een 'oplossing' voor deze problematiek te zoeken in de informele economie. En dat is zeker een alternatief wanneer afwenteling in de formele economie niet mogelijk blijkt te zijn'²¹.

De winst die men als consument kan maken is groot, men ontgaat sociale premies en BTW, terwijl de diensten doorgaans ook goedkoper worden aangeboden. Wanneer bijvoorbeeld gekeken wordt naar het al eerder genoemde schildersbedrijf, ontging men in 1982 f 11,22 per uur aan sociale lasten, betaalde men geen overheadkosten (in 1980 f 12,15 per uur) en werd over het geheel geen 18% BTW in rekening gebracht. In de vier jaar die sindsdien verlopen zijn, zijn deze posten stuk voor stuk groter geworden.

Daarnaast kent deze informele dienstverlening nog andere voordelen. Zo werkt de 'zwarte' dienstverlener bij voorkeur buiten de normale arbeidstijden en kan de arbeid verricht worden in het weekend of in de avonduren, wanneer de consument zonder probleem aanwezig kan zijn. Ook zal doorgaans de vertrouwensrelatie met de informele dienstverlener een belangrijke rol spelen. Het gebrek aan kennis van de ingewikkelde apparatuur waarmee hij of zij leeft en van het complexe geheel van voorschriften voor reparatie- en serviceverlening, zal de gemiddelde consument gauw bevreesd maken opgelicht te kunnen worden. Het is voor consumenten dan ook de vraag waar zij grotere zekerheid kunnen vinden, bij de formele ondernemer of bij de informele. In kringen van deskundigen zijn de meningen hierover verdeeld. In de eerder aangehaalde preadviezen uit 1984 prijzen Douben en Van der Wilde de grote betrouwbaarheid van de reguliere ondernemer in de formele economie, terwijl Heertje meent dat men juist de informele ondernemer op dit terrein

²¹ N.H. Douben en J.P.I. van der Wilde, *Informele economie en economisch beleid; Preadvies voor de jaarvergadering 1984 van de Vereniging voor Staathuishoudkunde*, Leiden, Stenfert Kroese, 1984.

kan aanbevelen. Dat de vrees opgelicht te worden niet uit de lucht gegrepen is blijkt wel uit de consumentenprogramma's op de televisie en resultaten van onderzoeken door bijvoorbeeld ANWB en Consumentenbond.

Informele dienstverleners functioneren in het algemeen in bepaalde netwerken, waarbij vaak een zekere vertrouwensrelatie een gegeven is. Adressen worden doorgegeven binnen een bepaald milieu en de ervaringen van vrienden of kennissen fungeren als het ware als referenties voor de dienstverlener. Uit onderzoek wordt wel geconcludeerd dat hogere inkomensgroepen vaak minder toegang hebben tot informele dienstverlening omdat ze geen aansluiting vinden bij de betreffende netwerken. Dat gegeven komt duidelijk naar voren uit een onderzoek van Mevissen en Renooy, wanneer er van uitgegaan wordt dat de plaats Laren als typerend gezien kan worden voor hogere inkomensgroepen (zie tabel 5.4).

Tabel 5.4 Wijze van voorziening in goederen en diensten, per lokatie, in percentages (afgerond)

Wijze	Etten-Leur	Goes	Landgraaf	Laren	Lelystad	Oude Pekela
Formeel	50	50	42	62	44	50
Informeel	11	11	13	7	9	10
Doe-het-zelf	39	40	45	31	47	41

Bron: J. Mevissen en P.H. Renooy, *De informele economie gelokaliseerd; Een studie naar achtergronden en verschijningsvormen van de informele economie*; Den Haag, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, januari 1987.

Onder informeel wordt in het hier aangehaalde onderzoek niet alleen zwart werk verstaan. Ook zogenaamde 'communale' activiteiten worden eronder begrepen en ook daarvoor zijn de netwerken in hogere inkomensgroepen waarschijnlijk minder ontwikkeld dan elders in de sociale hiërarchie²². Uit een onderzoek dat eerder (onder 2150 huishoudens in Nederland) verricht werd in opdracht van de Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek (OSA) kwam overigens naar voren dat er geen significante invloed viel aan te tonen van de hoogte van het gezinsinkomen op het gebruik van zwarte arbeid²³. Men moet zich ook realiseren dat voor bepaalde diensten praktisch geen formeel aanbod aanwezig is. Voorbeelden hiervan zijn de kinderopvang en schoonmaakwerk in de huishouding. Met name het laatste heeft zich meer en meer naar de zwarte sector verplaatst. In 1953 stonden 114.000 werksters ingeschreven bij de Detam. In 1979 was dat aantal teruggelopen tot 6548. Gezien de toename van de welvaart en de toegenomen participatie van gehuwde vrouwen in de formele economie kan echter verwacht worden dat de behoefte aan huishoudelijke hulp eerder toe- dan afgenomen zal zijn. De vraag naar deze arbeid loopt echter niet meer via het arbeidsbureau of via andere formele kanalen, maar via informele circuits²⁴.

Het terrein van de zwarte arbeid is moeilijk onderzoekbaar. Openbaarheid is bij deze activiteiten slecht verenigbaar met het illegale karakter ervan. Via enquêtes proberen onderzoekers van het CBS en anderen niettemin een beeld te krijgen van de omvang. Het CBS berekende dat onderhoud aan de auto voor 12% zwart werd verricht en woningonderhoud voor 7%. Mevissen en Renooy komen in hun recente onderzoek

²² J. Mevissen en P.H. Renooy, *De informele economie gelokaliseerd; Een studie naar achtergronden en verschijningsvormen van de informele economie (in zes gemeenten)*; Den Haag, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, januari 1987.

²³ J.G. Lambooy en P.H. Renooy, *Bouwstenen van de informele arbeidsmarkt*; Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, werkdocument nr. W12; Den Haag, Staatsuitgeverij, 1986.

²⁴ U. den Tex, 'De mevrouw van mevrouw'; *Bijlage Vrij Nederland*, 11 september 1982.

²⁵ Mevissen en Renooy, *op. cit.*

hoger uit, omstreeks 20%, zowel voor autoreparatie als voor een huisonderhoudsactiviteit als loodgieterswerk²⁵. Uit onderzoek blijkt ook dat zwart werk vrij algemeen aanvaard is. Internationaal onderzoek geeft een gemiddelde van 40% van de bevolking die zegt wel eens van zwarte dienstverlening gebruik te maken. In Amsterdam is zelfs een percentage van 58% gemeten²⁶.

Men spreekt in dit verband wel van normverschuivingen waardoor zwarte arbeid steeds meer aanvaard wordt. Zo bleek uit een in het voorjaar van 1985 gehouden OSA-arbeidsmarktsurvey dat 47% van de respondenten het eens was met de uitspraak:

‘Van het loon moet zo’n groot gedeelte aan de belasting en premies worden afgedragen dat je het iemand niet kwalijk kunt nemen dat hij of zij zwart werkt’.

Volgens de OSA-onderzoekers hebben zich ten aanzien van zwart werk specifieke normen ontwikkeld. Zwart werk ziet men als een speciaal soort overtreding, die dichterbij ligt bij de zogenaamde ‘sportieve’ overtredingen – te snel rijden, of als toerist wijn smokkelen – dan bij diefstal²⁷. Ook wanneer het om zwarte dienstverlening door uitkeringsgerechtigden gaat is kennelijk sprake van aanvaarding van deze verschuiving in de normen. In een vooronderzoek voor het WRR-rapport ‘Waarborgen voor zekerheid’ werden daaromtrent expliciete uitspraken genoteerd:

‘Relatief veel respondenten kunnen billijken dat mensen met een laag inkomen trachten dat inkomen op meer of minder legale wijze op te hogen tot een aanvaardbaar niveau door gebruik te maken van sociale zekerheidsregelingen’.

Respondenten gaven daarbij aan dat zij het bijstandsniveau onvoldoende achten. De waardering voor illegaal bijverdienen bleek overigens sterk af te hangen van de hoogte van de bijverdiensten. Incidenteel bijverdienen of bijverdienen tot 300 gulden acht men meer acceptabel dan bijverdiensten van 500 gulden²⁸. Het stellen van dit soort grenzen is waarschijnlijk het gevolg van de ambivalente gevoelens die veel respondenten ervaren. Zo constateerden Mevissen en Renooy dat men zwart werken naast een uitkering vaak negatief beoordeelt omdat men het niet solidair vindt ten opzichte van andere uitkeringsgerechtigden die niet zwart kunnen werken.

‘Zwart werken was voor deze mensen bijna per definitie identiek aan uitkeringsfraude. Daarentegen is het zwart werken naast een baan min of meer vanzelfsprekend of moet zelfs in hun ogen gewaardeerd worden dat mensen nog extra willen werken.’

De hier opgevoerde respondenten hadden overigens praktisch allemaal een baan²⁹. Men vindt de uitkeringsbedragen weliswaar te laag, maar het werk van uitkeringsgerechtigden mag er niet toe leiden dat zij met een aantal uren belastingvrije arbeid meer verdienen dan ze als werkende hadden. Dat zou in hoge mate als onrechtvaardig worden beschouwd, zo blijkt ook uit een internationaal vergelijkend onderzoek³⁰.

²⁶ Zie P.H. Renooy, *De schemerzone, 'werkplaats' tussen vrije tijd en arbeid*; Den Haag, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, september 1984;

B.S. Frey en W.W. Pommenrehne, ‘The hidden economy: state and perspectives for measurement’; *Review of income and wealth*, jaargang 30 nr. 1, maart 1984, blz. 1-25.

²⁷ *Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, Werk voor allen*; Arbeidsmarktsurvey 1985, 's-Gravenhage, blz. 25.

²⁸ WRR, *Waarborgen voor zekerheid*; Rapporten aan de Regering 26; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1985, blz. 115-116.

²⁹ Mevissen en Renooy, *op. cit.*

³⁰ Organisation for Economical Cooperation and Development, ‘Concealed employment’, *Employment outlook 1986*, Paris, OECD, 1986.

5.3.2 Het aanbod van informele diensten

Tot hier toe is gesproken vanuit de nutsmaximalisering van de gezinshuishouding door gebruik van zwarte dienstverlening. Ook bij het aanbod van zwarte dienstverlening speelt de nutsmaximalisering een rol. Optredend als zelfstandige ontgaat de aanbieder van dit soort arbeid de betaling van voor werknemers geldende sociale premies en loonbelasting.

De toegang tot de zwarte sector is het gemakkelijkst in de dienstverlening. Men kan daar volstaan met betrekkelijk weinig kapitaalgoederen en materialen, terwijl aan de vakbekwaamheid niet al te hoge eisen worden gesteld. In de commerciële persoonlijke dienstensector, met zijn in het algemeen kleine bedrijven, kan de betaling zowel van klanten als aan het personeel gemakkelijk in contanten plaatsvinden.

Zwart werk wordt ook verricht voor bedrijven in deze sector. De geringe arbeidsproductiviteit maakt het aantrekkelijk de arbeidskosten te verlagen door het inschakelen van zwarte arbeid. Het vergroot bovendien de flexibiliteit van de onderneming, de zwartwerker kan wat betreft arbeidsuren en arbeidszekerheid geen beroep doen op protectie door de arbeidswetgeving of op steun van de vakbeweging.

Wat dat betreft zijn er duidelijke parallellen te trekken tussen de dienstverlening in de zwarte sector in Nederland en dienstverlening in de 'vakbondsvrije' dienstensector in de Verenigde Staten. Onderzoekresultaten doen vermoeden dat ook bedrijven die mogelijk hun diensten niet zwart aanbieden gebruik maken van zwarte arbeid (zie tabel 5.5).

Tabel 5.5 Gegevens met betrekking tot zwart werk, 1985

	Deelname (in % van de steekproef)	Verdiende uurlonen (guldens)	Aantal uren per maand
Zwart werk verricht voor:			
particulier	4,2	14	12
bedrijf	1,5	14	15
beide	0,8	18	15
Totaal	6,5	15	13

Bron: Werk voor allen, OSA-arbeidsmarktsurvey 1985; 's-Gravenhage, *Organisatie van Strategisch Arbeidsmarktonderzoek*.

Het aantal gerealiseerde uren per bedrijf is relatief hoog. Wat bedrijfstakken betreft is sprake van een concentratie bij de horeca. Verder blijkt uit onderzoek dat ruim 60% van degenen die bij een bedrijf zwart werken dit doet bij een bedrijf met minder dan tien werknemers. Bijna de helft van degenen die in een bedrijf zwart werken doet dit in dezelfde sector waar hij/zij een formele baan heeft (of in geval van werkloosheid, had). Er zijn gevallen waarbij men zwart werkt bij hetzelfde bedrijf waar men een formele witte baan heeft. De door deze verborgen werknemers verdiende lonen bedragen in het algemeen bijna het dubbele van de inkomsten van andere zwartwerkers. Het gaat hierbij om bedrijven in de bouwnijverheid, handel, horeca, reparatiesector, zakelijke en overige dienstverlening. Zwartwerkers worden hier vermoedelijk aangetrokken voor werkzaamheden waarvoor zekere beroepskwalificaties vereist zijn³¹. Een deel van het zwart werk voor bedrijven vindt ook plaats via het 'contracting out', het uitbesteden van een deel van productie of dienstverlening aan kleine gespecialiseerde bedrijven. Zoals al werd aangegeven hebben kleinere bedrijven meer mogelijkheden voor kostenverlaging door het ontduiken van belasting of het ontgaan van sociale zekerheidsverplichtingen. Dit leidt dan ook weer tot een kostenverlaging bij het grotere bedrijf, dat zijn diensten nu goedkoper kan aanbieden.

³¹ Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, *op. cit.*

Bij de commerciële persoonlijke dienstverlening is een veelheid van branches te noemen waar zwarte arbeid aan te treffen is: het hotel- en restaurantwezen, het kappersbedrijf, het verhuisbedrijf, de huishoud- en kinderverzorging, herstelwerk van kleding, de juridische, boekhoudkundige en belastingtechnische advisering, het geven van privélessen. Vooral in branches met seizoeninvloeden, zoals in dit verband de horeca, wordt veel gebruik gemaakt van zwarte arbeid. Bij de bouw is het 'burgerwerk' daar een voorbeeld van. Het kan voor een bedrijf een noodzaak zijn bepaald werk zwart te laten verrichten om te kunnen overleven. Dit zwarte werk wordt zowel binnen als buiten de normale arbeidstijd verricht. Het geeft de kleine ondernemer een mogelijkheid voor een flexibele bedrijfsvoering. Hij kan de prijs van zijn diensten enigszins manipuleren en de omvang van het personeel gemakkelijker aanpassen aan zijn behoeften. Bij het kleine bedrijf zal de behoefte aan informele arbeid daarom waarschijnlijk groter zijn dan bij het grootbedrijf. Hier zal men immers het eerst de concurrentie ondervinden van de informele ondernemer. Vaak bestaat er overigens ook een samenwerking met deze informele ondernemers. Zo kan een formeel bedrijf apparatuur leveren aan een consument, maar de aansluiting ervan of bepaalde onderdelen van het erbij behorende werk door een 'zwarte' werkkraacht laten uitvoeren. Men heeft niet de betreffende deskundigheid in huis, of het blijkt winstgeverder te zijn zich tot de leverantie van de apparatuur te beperken. Dit zijn ook de gelegenheden waarbij men mensen die 'wit' in dienst zijn buiten werktijd 'zwart' voor zich laat werken.

Voor een drietal categorieën van personen is zwart werk interessant: voor illegale immigranten, voor uitkeringsgerechtigden en voor mensen met een hoog inkomen. De eerste categorie heeft geen andere mogelijkheden tot inkomensverwerving. De tweede categorie vindt in zwart werk de enige mogelijkheid aan de 'armoedeval' te ontkomen; de 'witte' verdiensten worden immers boven een bepaald minimum gekort. En voor de laatste categorie ligt de aantrekkingskracht in het ontwijken van het hoge marginale belastingtarief. Illegale immigranten en uitkeringsgerechtigden zal men voornamelijk vinden in, wat men zou kunnen noemen, het secundaire deel van de zwarte arbeidsmarkt, de 'low skill, low pay' variëteit. Hier wordt ongeschoolde of laaggeschoolde arbeid verricht tegen een lage betaling.

De hogere inkomensverdieners vindt men op de primaire zwarte arbeidsmarkt. Zij beschikken over goed in de markt liggende bekwaamheden, waarmee zij vaak werken als zelfstandige. Deze groep zal variëren van timmerlieden en loodgieters tot artsen en advocaten. Zoals in een OECD-studie gesteld wordt:

'A doctor or lawyer, who wants to earn additional income without reporting it, will not paint his neighbour's house, he will work more hours than usual within his main occupation' ³².

Uit recent onderzoek in Nederland blijkt dat het maken van zwarte uren in bepaalde beroepen tot de traditie van het vak gerekend kan worden. Het timmervak is hier een voorbeeld van ³³. Volgens het al eerder geciteerde onderzoek van de OSA is de participatiegraad in het zwarte circuit voor werknemers en werkzoekenden ongeveer gelijk. De laatsten werken per maand meer uren zwart dan mensen die een 'witte' baan hebben, maar hun verdiensten per uur zijn geringer. Opvallend zijn de hoge participatiegraad en de hoge uurlonen van zelfstandigen, die in vergelijking met anderen ook meer zwart werk blijken te doen. Verder blijkt dat zwartwerkers met name in horeca, bouwnijverheid en overige dienstverlening vaker hun officiële (of vroegere) beroep uitoefenen ³⁴.

³² Organisation for Economical Cooperation and Development, *op. cit.*, blz. 72.

³³ Mevissen en Renooy, *op. cit.*

³⁴ Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, *op. cit.*

Tabel 5.6 Gegevens met betrekking tot zwart werk voor een aantal categorieën zwartwerkers

	Participatiegraad (in %)			Uurlonen (in guldens)	Aantal uren
	Incidenteel	Regelmatig	Totaal		
Werknemers	7	2	9	14	13
Zelfstandigen	13	7	20	42	6
Werkzoekenden	7	3	10	13	16
Totaal	5	2	7	14	12

Bron: *Werk voor allen, OSA-arbeidsmarktsurvey 1985*; 's-Gravenhage, Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek.

Zwart werk wordt niet alleen verricht om het financiële gewin. Men kan hier ook de mogelijkheid zien in het werk een grotere zelfstandigheid te bereiken, of de arbeidstijd in te delen op een manier die in een reguliere positie niet goed mogelijk is. De 'zwarte' kleine zelfstandige kan een hobby uitbouwen tot een beroepswerkzaamheid en daarbij bijvoorbeeld een uitkering gebruiken als een onbedoelde startsubsidie. Dit kan te maken hebben met een behoefte aan een meer individuele invulling van het bestaan, waarbij wordt uitgegaan van post-materialistische waarden. Zoals het in de eerder geciteerde OECD-studie wordt aangeduid: 'het geeft de persoon in kwestie de gelegenheid te ontsnappen aan de druk van autoriteit of gezag, aan de loon-winst relatie en aan andere kenmerken van het employee-zijn'³⁵. In het verlengde hiervan kan een verzet bestaan tegen de maatschappelijke orde met zijn reglementen en zijn bureaucratie. In dat kader wordt belastingbetaling gezien als het afnemen van een groot deel van de met inspanning verworven verdiensten. Met name bij jongeren en bij ondernemers uit minder ontwikkelde gebieden wordt deze houding wel aangetroffen. Bij die laatsten wordt bedrijfsvoering ook vaak als een informele familie-aangelegenheid gezien³⁶. Het zwart werk kan nog duidelijker en directer verband houden met de maatschappelijke organisatie. In Italië bijvoorbeeld is het voor ambtenaren, met hun lage beloning en hun korte arbeidstijden, gebruikelijk dat zij nog een tweede, doorgaans zwarte, functie vervullen. Ook elders zijn gevallen bekend waar naast de reguliere overheidsdienst een informele consumptieve dienstverleningsorganisatie was opgezet. Met name bij de brandweerorganisatie met zijn lange wachttijden zijn hier voorbeelden van te vinden³⁷.

5.3.3 Enkele slotopmerkingen

Dienstverlening in de zwarte sector wordt wel in verband gebracht met de teruggang in welvaart gedurende het laatste decennium en met de grote werkloosheid. Met de beschikbare onderzoeksmiddelen is dat moeilijk aan te tonen. Wel zijn de laatste tijd aantoonbare normveranderingen geconstateerd, waarbij niet alleen blijkt dat zwarte arbeid algemeen geaccepteerd wordt, maar ook dat de normen van zwartwerkers niet exceptioneel zijn. Ze blijken nauwelijks af te wijken van die van niet-zwartwerkers. Beide categorieën achten typische zwarte activiteiten als misbruik van sociale voorzieningen en het bedriegen van de belastingdienst minder ernstig dan zakkenrollen, heroïnegebruik of doorrijden na een aanrijding. Ook zijn beide categorieën van mening dat de rechter genoemde zwarte activiteiten zwaarder zal beoordelen dan zij zelf. Voor het overgaan tot zwart werk zijn kennelijk geen hoge morele drempels aanwezig. Het enige verschil dat tussen zwartwerkers en niet-zwartwer-

³⁵ Organisation for Economical Cooperation and Development, *op. cit.*, blz. 74.

³⁶ J.A. Boissevain, A. Choëni en H. Grotenbreg e.a., *Een kleine baas is altijd beter dan een grote knecht*; Den Haag, Ministerie van Economische Zaken, 1984.

³⁷ G. Mars, *Cheats at work, an anthropology of workplace crime*; London, Allen and Unwin, 1982.

kers blijkt te bestaan, is de gelegenheid tot zwart werken en de schatting van de pakkans ³⁸. Het lijkt erop dat het een normaal onderdeel is gaan uitmaken van de eerder genoemde afwegingen tot nutsmaximalisering in de gezinshuishouding. Ook hier is sprake van een kosten-batenanalyse. Het geschatte risico gestraft te worden staat daarbij aan de kostenkant. De indruk bestaat dat deze kosten betrekkelijk gering zijn. Dat blijkt bijvoorbeeld uit onderzoek op het terrein van uitkeringsfraude. Wanneer wordt afgegaan op mededelingen van daarbij betrokken instanties kan geconstateerd worden dat:

‘frauderen in veel gevallen een betrekkelijk risicoloze wijze van inkomensvermeerdering is, waarbij de zwaarste sanctie de stopzetting van de uitkering blijkt te zijn’ ³⁹.

Pogingen van staatssecretaris De Graaf van Sociale Zaken en Werkgelegenheid de pakkans door wettelijke maatregelen te vergroten maken vooralsnog geen overtuigende indruk en blijken bovendien op bezwaren te stuiten in de Tweede Kamer.

Ook met betrekking tot belastingfraude kunnen de risico's als laag worden aangemerkt. In een reactie op het ISMO-rapport over misbruik en oneigenlijk gebruik van belastingregelingen en sociale voorzieningen, worden de mogelijkheden voor het aan het licht brengen van overtredingen, door de voorzitter van de Vereniging van Overheidsaccountants, absoluut onvoldoende geacht terwijl de sancties als te laag worden gekenmerkt ⁴⁰.

Wanneer er van uitgegaan wordt dat zwart werken moreel gezien op hetzelfde niveau gesitueerd moet worden als belastingfraude en ander frauduleus handelen ten koste van de overheid, dan moet er waarschijnlijk een relatie gelegd worden tussen de ontwikkeling van dit verschijnsel en de sterke ontwikkeling van de welvaart in de naoorlogse periode. Eerder dan met toenemende werkloosheid moet zwarte dienstverlening dan in verband gebracht worden met toenemende materialistische tendensen in de samenleving. Een aanwijzing daarvoor is dat fraudeverschijnselen door alle lagen van de bevolking voorkomen en dat de momenteel aan de oppervlakte komende schandalen voor een groot deel dateren uit de jaren zestig toen Nederland zich op het hoogtepunt van de welvaartsontwikkeling bevond ⁴¹. Die indruk wordt bevestigd door een onderzoek op basis van een aantal macro-economische variabelen, waarbij zowel in de Verenigde Staten als in de Duitse Bondsrepubliek juist op het hoogtepunt van de economische groei een toename van de informele economie werd geconstateerd ⁴². De situatie in Nederland zal daar waarschijnlijk niet zoveel van afwijken.

Het verschijnsel van de zwarte arbeid is zoals gezegd per definitie moeilijk onderzoekbaar; verborgenheid is ten slotte een van haar bestaansvoorwaarden. In de meest gehanteerde schatting - van het CBS - ligt haar omvang op ongeveer 3 miljard gulden per jaar. Een langs andere weg verkregen impressie komt zelfs op 30 miljard gulden ⁴³. Zeker is dat het een omvangrijk verschijnsel is, dat eerder de tendens heeft toe te nemen dan af te nemen. Voor die conclusie kan de volgende redenering worden aangevoerd.

³⁸ R. van Eck en B. Kazemier, 'Zwarte inkomsten uit arbeid'; *Statistische Katernen* nr. 3, Voorburg, Centraal Bureau voor de Statistiek, 1985. Idem, 'Het aanbod van zwarte aanbod analyse van gegevens uit in 1983 gehouden enquête'; *Statistische Katernen* nr. 5, Voorburg, Centraal Bureau voor de Statistiek, 1986.

³⁹ P.C. van Duyn, 'Uitkeringsfraude, een eerste verkenning'; *Economisch Statistische Berichten* 19/26 december 1984, jaargang 69, nr. 3486 blz. 1243.

⁴⁰ Naar een bericht in *NRC/Handelsblad* van 18 juni 1986.

⁴¹ Zie voor een uitgebreide verhandeling over deze problematiek J.J. Godschalk, *Werkloosheid en normvervaging*; Amersfoort, Academische Uitgeverij, 1986.

⁴² Frey en Pommenrehne, *op. cit.*, blz. 18.

⁴³ ISK, *Niet opgeven maar werken*; Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, werkdocument nr. W 16; Den Haag, Staatsuitgeverij, 1985.

1. In de naoorlogse welvaartsstaat is een toenemend materialisme samengegaan met een afnemende eerbied voor regelgeving⁴⁴. Dat heeft onder meer geleid tot wat Lambooy genoemd heeft de 'Hollandse paradox': 'de institutionele structuur opgezet om arbeidsplaatsen te beschermen, lijkt nu juist formele arbeidsplaatsen te kosten'⁴⁵.
2. Er valt met zwarte arbeid veel te verdienen. 'Er zijn weinig markten waarop door beide partijen zoveel te verdienen valt als in dit informele circuit. Zelfs het meest geavanceerde subsidiestelsel ter stimulering van het officiële circuit kan daar niet tegen op'⁴⁶.
3. Er is veel vraag naar zwart werk voor reparatie en onderhoud van de woning en van duurzame consumptiegoederen, dat in de formele sector voor de personen in kwestie onbetaalbaar zou zijn. Die onbetaalbaarheid staat enerzijds in relatie met het feit dat veel van dit onderhoud te moeilijk is om zelf te verrichten en anderzijds met de situatie dat de gezinshuishouding bij het streven naar nutsmaximalisering de neiging heeft de uitgaven bepalend te laten zijn voor de omvang die de inkomsten dienen te hebben. Werd vroeger de tering naar de nering gezet, tegenwoordig heeft vaak het omgekeerde plaats.
4. Wanneer voor een groot deel van de bevolking de welvaart blijft toenemen, terwijl voor anderen, bijvoorbeeld als gevolg van de hardnekkige werkloosheid, een achterstandsituatie blijft bestaan, dan zal de behoefte aan goedkope persoonlijke dienstverlening toenemen, terwijl daar een groeiend aanbod van zwarte arbeid tegenover zal staan. Met name het hierbij buiten sluiten van jongeren uit de formele economie is hier van belang. In toenemende mate zullen zij hun heil gaan zoeken in de zwarte sector.

5.4 Enkele sectoren nader bezien

Een aantal terreinen van consumptieve dienstverlening zal nu in detail worden nagegegaan, met daarbij aandacht voor hun recente ontwikkeling, hun huidige situatie en hun mogelijkheden voor de nabije toekomst. Het zal daarbij gaan om de horeca, reparatiebedrijven en de overige dienstverlening.

5.4.1 De horeca

De totale produktiewaarde van de horeca en dergelijke (SBI 67) bedroeg in 1983 11,04 miljard gulden. Zij draagt daardoor 1,6% bij aan de totale produktiewaarde in Nederland. Wanneer naar de kostenstructuur gekeken wordt dan blijken de loonkosten, inclusief de beloning van zelfstandigen en meewerkende gezinsleden de helft van de produktiekosten uit te maken.

Bij het bedrijfsschap horeca stonden in 1985 37.800 *ondernemingen* ingeschreven, exclusief vakantiecentra, jeugdherbergen, kampeercentra en dergelijke. In 1982 waren dit er 36.500. Die toename komt grotendeels voor rekening van maaltijdenverstreckende bedrijven, en daarnaast voor die van de coffeeshops. Het aantal logiesverstreckende bedrijven is daarentegen met ongeveer de helft teruggelopen (van 6800 in 1975 tot 3300 in 1985). Hierbij is vooral sprake van het verdwijnen van kleine hotels en pensions. Door schaalvergroting is het totaal aantal bedden praktisch gelijk gebleven. Bij de macrocijfers van de maaltijdverstreckende bedrijven en de coffeshop moet rekening worden gehouden met een groot aantal wisselingen van eigenaar. Ongeveer een vijfde van het bestand wisselt per jaar van eigenaar. Dit soort bedrijven kent een lage

⁴⁴ Godschalk, *op. cit.*

⁴⁵ Lambooy, *op. cit.*

⁴⁶ J.P.I. van der Wilde, 'De betekenis van de maatschappelijke veranderingen van het arbeidsbestel en de ontwikkeling van de informele economie in zijn relatie tot het bedrijfsleven'; in: R.C. van Geuns, J.W.M. Mevissen en P.H. Renooy, *Informele economie, perspectieven en gevaren*; Leiden, SMD, 1985, blz. 164.

vestigingsdrempel. Het aantal kampeerbedrijven, bungalowparken, jeugdherbergen en dergelijke (SBI 675) bedraagt volgens de produktiestatistiek voor 1983 1800, waaronder circa 1300 campings. In een structuuronderzoek naar de verblijfsrecreatie wordt het aantal bedrijven op 3600 geschat, met 200.000 standplaatsen op campings en 37.000 bungalows in recreatieparken en op kampeerbedrijven. Daarnaast worden nog zo'n 50.000 afzonderlijke bungalows als vakantiehuis verhuurd⁴⁷. Op 52 na behoren de ondernemingen in de horeca (SBI 67) tot het midden- en kleinbedrijf. Slechts 2,3% van de bedrijven heeft 20 of meer werknemers. Ruim de helft heeft geen personeel.

De horeca neemt 2% van het totale *arbeidsvolume* in Nederland voor haar rekening. In 1983 waren er 80.000 werknemers in de horeca, waarvan bijna de helft vrouwen. Bijna 60% van de banen omvat een volledige werkweek; 18% is voor minder dan 15 uur per week. Van de werknemers is 55% jonger dan 30 jaar. In vergelijking met 1977 is het aantal werknemers met een werkweek van meer dan 15 uur met een kwart toegenomen. De stijging van het aantal banen voor minder dan 15 uur is veel groter. Overigens wordt deze toename deels veroorzaakt doordat meewerkende gezinsleden de status van werknemer aannemen in verband met sociale zekerheidsrechten. In dat opzicht bestaat er een stimulans om tot formalisering te komen. Het totaal aantal werkzame personen in 1983 wordt geschat op 139.000. Daarvan zijn er 62.000 (45%) werkzaam in restaurants, 36.000 (26%) in cafés en dergelijke, 23.000 (16%) in hotels, 7000 (5%) in bedrijfskantines en 8000 (6%) in jeugdherbergen, kampeerbedrijven, vakantiecentra en dergelijke⁴⁸.

De *omzet* in de horeca in 1983 werd voor 47% behaald in de restaurants, voor 24% in cafés en voor 17% in hotels⁴⁹. Voor een deel is men daarbij afhankelijk van intermediaire leveringen aan bedrijfsleven en overheid (12%), en voor een deel van consumptieve bestedingen van buitenlandse toeristen (14%). De belangrijkste afzetcategorie vormen de binnenlandse consumptieve bestedingen. Deze komen voor ongeveer 15% tot stand tijdens binnenlandse vakanties. Het aantal Nederlanders dat met vakantie – in binnen- en buitenland – gaat is toegenomen van 40% in 1966 tot ruim 60% in 1983⁵⁰. Met name in de jaren zeventig nam het aantal buitenlandse vakanties toe. Deze ontwikkeling werd in de jaren tachtig omgebogen. Enerzijds doordat de inkomensstagnatie tot een verschuiving leidde van buitenlandse naar binnenlandse vakanties, terwijl er tevens sprake is van een groeiend aantal korte binnenlandse vakanties, naast de hoofdvakantie. Ook deze korte vakanties zijn echter gevoelig gebleken voor de inkomenssteruggang (zie tabel 5.7). De binnenlandse vakanties worden voornamelijk in bungalows en op kampeerbedrijven doorgebracht; een derde op een vaste tent- of caravanstandplaats. Sinds 1983 is er ook een groei in het aantal hotelvakan-

Tabel 5.7 Verhouding tussen binnenlandse en buitenlandse vakanties, 1966-1983

	1966	1970	1974	1978	1980	1983
Aantal binnenl./buitenl.	59/41	53/47	50/50	40/60	45/55	48/52

Bron: CBS, NRIT Interact, zoals aangehaald in *Tendrapport Toerisme 1983*; NRIT, Breda, 1984, blz. 6.

⁴⁷ *Verblijfsrecreatie in Nederland, en bedrijfstak op weg naar morgen*; 's-Hertogenbosch, Nederlandse Herstructureringsmaatschappij, een populaire versie van het rapport, *structuuronderzoek verblijfsrecreatie*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1984.

⁴⁸ Centraal bureau voor de Statistiek, *Statistiek werkzame personen 31 maart 1983*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1984.

⁴⁹ Centraal bureau voor de Statistiek, *Logies-, maaltijden- en drankenverstrekking 1982 en 1983*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1985.

⁵⁰ *Tendrapport toerisme 1983*; Breda, Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme, 1984, blz. 3 en 4.

ties. De binnenlandse bestedingen buiten de vakanties zijn sterk inkomenselastisch. De consumptieve bestedingen hangen vooral af van het reëel vrij beschikbare inkomen. De uitgaven voor de horeca hebben een duidelijk luxe karakter.

Het *prijspeil* van de horeca ontwikkelde zich in de jaren zestig ongunstig. Sinds 1973 beweegt de ontwikkeling van de prijs van horecadiensten zich in lichte mate onder de groei van het macro-consumptiepeil. De stijging van de hotelprijzen ligt iets hoger, de prijzen van restaurants en cafés blijven iets achter. Met name de prijzenbeschikking horecadiensten was tot 1983 hierop van invloed. Het prijspeil is echter niet allesbepalend, ook veranderingen in de cultuur hebben hun invloed op de vraag naar horecadiensten. In de jaren zeventig is, met name bij jongeren, het buitenshuis eten en bezoek aan cafés en discotheken ingeburgerd geraakt. Het Centraal Plan Bureau schat dat in de jaren zeventig de volumegroei van de binnenlandse consumptie buiten de vakanties 4 à 5% per jaar bedroeg⁵¹. Voor het totale afzetvolume wordt een groei van 2% geschat, als resultante van stijgende binnenlandse bestedingen buiten de vakanties, een daling in de vakanties en een constant volume bij het inkomend toerisme. De groei trad vooral in de tweede helft van de jaren zeventig op. In de eerste helft van de jaren tachtig zien we een omgekeerde tendens; de inkomensstagnatie doet de binnenlandse bestedingen teruglopen, maar het stijgende toerisme compenseert dit voor een belangrijk deel. Tabel 5.8 geeft bovengeschetste ontwikkeling weer voor de periode 1951-1984. De bestedingen in constante prijzen stegen voortdurend, maar per hoofd van de bevolking trad na 1980 een lichte daling op.

Tabel 5.8 Consumptie in de horeca, 1951-1984 (constante prijzen, gemiddelde jaarlijkse groei in procenten)

	1951-1960	1960-1970	1970-1980	1980-1984	1951-1984
Totaal	2.8	2.7	2.3	0.1	2.3
Per hoofd	1.6	1.4	1.5	-0.5	1.2

Bron: L.M.H. Bosch, T.P. Kroes, F.E.M. Ouddeken, *De werk-gelegenheid in de consumptieve dienstensector*; OSA-voorstudie nr. V14, 's-Gravenhage, 1986, blz. 37.

Sinds 1983 is sprake van een onmiskenbare groei van de omzet in de horeca. Werd voor 1983 nog een index van 102 genoteerd, voor 1984 is sprake van 111 en voor 1985 zelfs van 114. Ondanks die groei zijn er in de horeca klachten over de concurrentie als gevolg van de paracommercialisering: semi-commerciële activiteiten (bruiloften en partijen bijv.) in clubhuizen, sportkantines en dergelijke. Naar schatting wordt in deze sector een omzet van 3 miljard per jaar behaald, waarvan de helft illegaal⁵². Deze instellingen staan in het algemeen voor minder lasten (o.a. BTW) dan de officiële horecabedrijven. Het horecabedrijfsschap probeert door afspraken met sportorganisaties en overkoepelende organisaties van sociaal-culturele instellingen deze para-commercialisering in te dammen.

Arbeidsproductiviteitsontwikkelingen

Van een verhoging van de arbeidsproductiviteit in de horeca is sprake wanneer een bepaalde dienst in een kortere tijd, dus met een geringere personeelsinzet verricht kan worden. Een complicerende factor is hierbij veelal dat dienstverlening voor een groot deel bestaat uit het beschikbaar

⁵¹ Centraal Planbureau, *De Nederlandse economie in 1985*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1981, blz. 33.

⁵² *Trouw*, 7 maart 1986.

zijn. Daardoor is bijvoorbeeld de produktiviteit van een caféhouder tot op grote hoogte afhankelijk van het aantal bezoekers. Invoering van variabele werktijden en een sterke toename van deeltijdarbeid bieden mogelijkheden voor een betere aanpassing van de personeelsinzet aan de behoefte. Een zekere flexibiliteit kende men al in de vorm van 'ambulanten', werkkrachten die hooguit twee weken achter elkaar voor dezelfde baas mochten werken. Dit gebruik wordt echter nu in toenemende mate vervangen door part-time en flexibele arbeidscontracten. Bij grotere bedrijven ziet men in toenemende mate een kleine vaste kern van hooggeschoold personeel met daaromheen een grotere groep lager geschoolde, onregelmatig in te zetten krachten. Deze flexibiliteit werkt overigens kostenverlagend bij het aantrekken van extra werkkrachten⁵³.

Naast organisatorische veranderingen in de arbeidsorganisatie treden veranderingen op in de aard van het werk. In de restaurants zijn deze ontwikkelingen het duidelijkst zichtbaar. Geringere keuzemogelijkheden in en standaardisatie van menu's, een uitgekiende ruimtelijke indeling en gebruik van halffabrikaten werken alle arbeidsbesparend. De fast-food restaurants vertonen gelijkenis met de industriële productie. De indeling van het werk en de benodigde voorraden zijn zorgvuldig berekend; het personeel heeft een gerichte opleiding genoten, terwijl de consument zelf een deel van de werkzaamheden heeft overgenomen (self-service). Door schaalvergroting in de organisatie kunnen management- en andere staf-functies overgelaten worden aan specialisten. Deze ontwikkelingen dragen bij aan een sterke verhoging van de arbeidsproductiviteit in die bedrijven waar een grote omzet per arbeidskracht wordt verlangd. Daartegenover staan de restaurants in het hogere prijssegment. Daar speelt veeleer de kwaliteit en de persoonlijke aandacht een rol. Hier begint de ambiance een steeds belangrijker rol te spelen en wordt vaak een rendementsverhoging bereikt door een verhogen van de prijzen voor de verleende diensten. Technologische vernieuwingen als diepvriesapparatuur en magnetronovens spelen een rol van de tweede orde. Hotels kunnen voordeel hebben aan automatisering van de administratie of aan het uitbesteden van diensten als schoonmaak en bewaking. Drinkenverstrekkende bedrijven hebben minder mogelijkheden voor technologische vernieuwing. Wanneer de OSA in een studie de arbeidsproductiviteitsontwikkeling bij de horeca tussen 1960 en 1984 op 1,6% per jaar schat dan blijkt de sluiting van arbeidsintensieve hotels daar een belangrijke rol bij te spelen⁵⁴.

Afzetontwikkelingen

De binnenlandse consumptieve bestedingen hebben een prijsinelastisch karakter. Dit geldt met name voor de uitgaven buiten de vakanties. De consumptieve bestedingen vertonen aan het begin van de jaren tachtig een lichte teruggang, al treedt in 1984 weer enig herstel in, zoals tabel 5.9 weergeeft.

Er zijn duidelijke veranderingen in besteding bij de horeca waar te nemen, die trendmatig genoemd zouden kunnen worden. Zo heeft het buitenshuis eten veel meer ingang gevonden. Het bezoek aan *restaurants* is

Tabel 5.9 Binnenlandse consumptieve bestedingen van gezinshuishoudingen in restaurants, cafés en hotels, volume-mutaties in procenten, 1978-1984

1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
3	4	4	-2	0	-1	3

Bron: CBS, *Nationale Rekeningen 1984*, tabel 47.

⁵³ W.H.M. van der Hoeven en A.R. Thurik, *Een arbeidsvraagrelatie in de horecasector*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, Researchpublikatie nr. 17; 1986, blz. 7.

⁵⁴ L.H.M. Bosch, *op. cit.*

sinds de jaren zestig onmiskenbaar gestegen. De duurdere en middenklasse restaurants hebben een publiek gekregen dat uit meer lagen van de bevolking afkomstig is. De consument verlangt een kleinschaliger omgeving en stelt hogere eisen aan de kwaliteit, hetgeen de kleinere restaurants van het bistrotypen meer kansen geeft. De consument wil ook duidelijke keuzemogelijkheden. Niet zozeer in menu's, maar vooral in gespecialiseerde restaurants. Bezoekers van duurere restaurants zijn vooral de een- en tweepersoonshuishoudens. De eerder vermelde groei van dit type huishoudens geeft deze restaurants een redelijk gunstig perspectief. Ook in het lagere prijssegment, de fast-food restaurants en het cafetaria, kent een groeiende cliënteel. De middenklasse restaurants raken een deel van hun omzet aan de fast-food restaurants kwijt en een toenemend deel van het publiek gaat zijn maaltijd in een cafetaria gebruiken. De verwachting is dat deze groei zich zal voortzetten. Het lagere prijssegment richt zich vooral op jongeren en gezinnen. Bovendien begint de consument eraan te wennen buitenshuis een maaltijd te gebruiken. Wanneer wat dit betreft een vergelijking wordt gemaakt met de directe buurlanden van Nederland dan zijn er heel wat potentiële groeimogelijkheden aan te wijzen.

Voor de *drankenverstrekkende bedrijven* zijn de kansen minder gunstig. Zoals gezegd lijden ze onder de concurrentie van de para-commercialisering, en daarnaast zijn de doe-het-zelf mogelijkheden voor ontspanning in de huishoudelijke sfeer het laatste decennium sterk toegenomen⁵⁵.

Wat *hotels, pensions* en dergelijke betreft is de toekomstige ontwikkeling onduidelijk. De inkomenssituatie in de nabije toekomst is daarbij van groot belang; de vakantie-uitgaven zijn immers de eerste uitgaven waarop men bij inkomensachteruitgang gaat bezuinigen. De mogelijke teruggang van de vakantiebestedingen in het eigen land door lagere inkomensgroepen wordt voor een deel goed gemaakt door hogere inkomensgroepen die hun vakantie naar het eigen land verplaatsen. Daarbij is er een tendens waar te nemen naar meer kortere vakanties in plaats van één lange.

Voor de hotels valt een matige groei te verwachten. Voor kampeerbedrijven en bungalowverhuurbedrijven wordt daarentegen weinig groei verwacht. De kleine hotellerie zal echter grote problemen blijven ondervinden en een verdere teruggang lijkt niet irreëel. Als mogelijke groeisector gelden de 'budget-hotels', waar tegen een betaalbare prijs een redelijk comfort wordt geboden. In de zomer komen hier toeristen, terwijl ze in de winter vaak voor zakelijk gebruik dienen⁵⁶.

Naast het gebruik van de horecadiensten door de Nederlander kan er ook gesproken worden van een vorm van *export door dienstverlening aan toeristen* uit andere landen, waarbij een onderscheid gemaakt kan worden tussen recreatief en zakelijk toerisme. Van de buitenlandse toeristen overnacht de helft in hotels en maakt de andere helft gebruik van kampeerbedrijven. De hotelgasten verblijven daarbij in hoofdzaak in de vier grote steden. Het merendeel van de bezoekers komt uit België, West-Duitsland, Frankrijk, Engeland en de Verenigde Staten. De prijsontwikkeling in Nederland verhoudt zich niet ongunstig ten opzichte van de omringende landen, en ook daar leidt de stagnatie in de inkomensontwikkeling tot vakanties dicht bij huis. Toeristen uit de omgeving komen vooral in het voorjaar, die van wat verder weg meer in de zomer. Naarmate de afstand die men aflegt groter wordt verblijft men meer in hotels en duurt dat verblijf korter. Bovendien neemt daarbij de concentratie op de Randstad en met name op Amsterdam toe⁵⁷. Voor het zakelijke reisverkeer moet het toenemend belang van Nederland op de

⁵⁵ *Cijfers en trends, 50 branches uit het midden- en kleinbedrijf*; Utrecht, Rabobank Nederland, 1985/86, blz. 51.

⁵⁶ Nederlandse Herstructureringsmaatschappij, *op. cit.*

⁵⁷ *Nota toeristisch beleid*, Tweede Kamer, vergaderjaar 1984-1985, 18469, nrs. 2 en 3.

internationale congresmarkt genoemd worden. Door de lage inflatie, de goede kwaliteit van haar dienstverlening en de centrale ligging heeft Nederland een gunstige positie op deze groeiemarkt ⁵⁸.

Het beeld van een in ieder geval lichte omzetgroei dat uit het voorgaande opgebouwd kan worden, zal samen kunnen gaan met een lichte groei van de werkgelegenheid in de horeca, maar zeker is dit niet. Er is immers een sterke druk de zo belangrijke loonkosten zo laag mogelijk te houden. Eerder dan naar uitbreiding van het vaste personeel zal men waarschijnlijk streven naar een vergroting van het aantal flexibele werkrachten. En dat laatste kan heel goed ten koste van de voltijdswerkers gaan, zoals bijvoorbeeld in de gezondheidszorg te constateren valt. Daarbij wordt een groot deel van deze flexibele arbeidscontractanten onder het CAO-loon betaald. Bij steeds meer bedrijven wordt geen gebruik meer gemaakt van 'ambulanten', die immers 25% meer dan vaste krachten betaald moeten worden. Het aanbod van scholieren, studenten en gehuwde vrouwen is groot genoeg om op een voordeliger wijze in de flexibele behoeften te voorzien. Dat deze arbeid vaak zwart verricht zal worden ligt voor de hand. Voor de eerste twee categorieën geldt immers de 'bijverdien'grens van de kinderbijslagwet of de studiebeurs, voor de laatste de beperking van de tweeverdienerswet of van een uitkeringsregeling. Bovendien kan de werkgever, zoals eerder geschetst, de arbeid zwart ook goedkoper krijgen ⁵⁹.

5.4.2 De reparatiebedrijven

De produktiewaarde van de reparatiebedrijven (SBI 68) bedroeg in 1983 5382 miljard gulden. Daarmee dragen ze 0,8% bij aan de totale produktiewaarde in Nederland. Ook hier vormen lonen en sociale lasten de voornaamste kostenpost.

Wat arbeidsvolume betreft is gedurende het laatste decennium sprake van een geleidelijke daling. Het aantal werknemers liep terug van 58.000 in 1970 tot 49.000 in 1984. In vergelijking met andere sectoren van de commerciële persoonlijke dienstverlening heeft de reparatiesector zowel minder deeltijdwerkers als minder vrouwen in dienst. In 1984 werd 11% van de banen bezet door vrouwen en kende minder dan 5% van de arbeidsplaatsen een werkweek van korter dan 15 uur. In totaal werd ongeveer 13% van de banen in deeltijd vervuld ⁶⁰. Per 1 januari 1984 waren ruim 12.000 ondernemingen geregistreerd als reparatiebedrijf, waarvan twee derde zonder personeel. Tevens was twee derde van de ondernemingen een garagebedrijf, waarvan meer dan de helft zonder personeel ⁶¹. De garagebedrijven zorgen voor 82% van de werkgelegenheid en voor 86% van de afzet in deze sector. Bij de behandeling van de reparatiebedrijven zal daardoor voornamelijk over de garagebedrijven (SBI 682) gesproken worden.

Arbeidsproductiviteit

De arbeidsproductiviteitsontwikkeling in de reparatiesector wordt beïnvloed enerzijds door veranderingen in het te repareren artikel en anderzijds door veranderingen in de organisatie van het reparatiebedrijf zelf.

⁵⁸ M.C. Tideman, 'Internationale congresmarkt in Nederland sterk groeiend'; *Economisch Statistische Berichten* 29 januari 1986 jaargang 71, nr. 3541, blz. 120-122.

⁵⁹ *Arbeid op maat, een rapport over een onderzoek naar flexibele arbeidsrelaties*; door J.F. Bolweg, L. Geut, W.G.J.M. van der Graaf, e.a., Den Haag, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, december 1986.

⁶⁰ Centraal Bureau voor de Statistiek, *Statistiek werkzame personen 1984*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1985, blz. 43 en 59.

⁶¹ H. van de Kamp en A.C.P. de Koning, 'Meer werkgelegenheid in de reparatiesector?' in: *Reparatie en werkgelegenheid*, Den Haag, Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarkt-onderzoek, 1986.

Bij garagebedrijven zijn dat veranderingen in de automobilconstructie waardoor het aantal regelmatige onderhoudsbeurten vermindert, een groter accent gaat vallen op een snelle (elektronische) diagnose en meer aandacht besteed moet worden aan het arbeidsintensieve curatieve onderhoud en aan schadereparatie. Het zal daarbij vaker gaan om vervanging van onderdelen, dan om een werkelijke reparatie.

Wat veranderingen in de organisatie betreft zijn de mogelijkheden ook klein. Het merendeel van de bedrijven heeft geen personeel en voor deeltijdarbeid zijn er waarschijnlijk weinig mogelijkheden. Als geheel is er sprake geweest van een lichte stijging van de arbeidsproductiviteit, die zich in de toekomst mogelijk zal voortzetten.

Bij de overige delen van de reparatiesector zijn de verwachtingen minder gunstig. Bij elektronische gebruiksgoederen bestaat de reparatie in feite al uit vervanging van onderdelen. Het meest tijdrovend is hier het stellen van de diagnose. Bij rijwiel- en bij schoenreparatie blijft het werk arbeidsintensief.

Afzetontwikkelingen

In de jaren zeventig kende de reparatiesector een volumegroei van ongeveer 1% per jaar. In de jaren tachtig daarentegen nam het volume met gemiddeld 2% per jaar af. Dat geldt met name voor de garagebedrijven, ondanks de vergroting van het personenautopark en de verlenging van de levensduur van auto's. Van invloed zijn hier de geringere onderhoudsgevoeligheid van auto's en daarnaast het in toenemende mate informeel uitvoeren van reparaties, dat wil zeggen door doe-het-zelvers en door beunhazen. De onderhouds- en reparatiewerkzaamheden kunnen onderverdeeld worden in preventief onderhoud (olie ververset, grote beurt), vervangend onderhoud (accu en banden verwisselen, uitlaat monteren), schadereparaties en de overige werkzaamheden. Dit laatste betreft technisch gezien geen strikt noodzakelijke werkzaamheden, zoals het aanbrengen van accessoires. Tabel 5.10 geeft een overzicht van het gemiddeld aantal reparaties en onderhoudsbeurten in 1981.

Tabel 5.10 Onderhoud aan auto's en aantal monteursuren, 1981

Werkzaamheden	Aantal werkzaamheden per auto per jaar	Uren per verrichting
Preventief onderhoud	3,44	1,39
Curatief onderhoud	1,96	2,25
Schadereparatie	0,18	10,00
Overige werkzaamheden	0,83	1,64
Totaal	6,43	1,59

Bron: BOVAG, Toekomst werkgelegenheid autobranche 1985; 1983.

In 1975 werden per auto gemiddeld bijna acht werkzaamheden per jaar verricht. De teruggang vindt bij alle vormen plaats, doch vooral bij de overige werkzaamheden⁶². De onderhoudsbeurten vinden vooral bij nieuwe auto's plaats, de schadereparaties bij oudere auto's. Eigenaars van gebruikte auto's maken meer gebruik van werkzaamheden buiten de formele bedrijven om. Mede daardoor vinden steeds meer schadereparaties plaats buiten de markt om, onder meer in de doe-het-zelf sfeer. Naarmate de welstand en de leeftijd van de automobilist hoger zijn, de auto nieuwer en er meer kilometers per jaar gereden worden, neemt het gebruik van diensten van formele bedrijven toe⁶³. In 1981 werd er ge-

⁶² BOVAG, *Toekomst werkgelegenheid autobranche 1985; 1983*, blz. 2.

⁶³ Van de Kamp e.a., *op. cit.*, blz. 30.

middeld 10,19 uur per jaar aan een auto gewerkt, in 1975 was dit nog 11,82 uur. Daarvan vond in 1975 8,97 uur plaats binnen een formele garage en in 1981 nog slechts 7,56 uur⁶⁴. Van het totaal aan reparatie en onderhoud van auto's vindt ongeveer 28% buiten de formele garagebedrijven plaats. De meeste garagebedrijven hebben ook een handelsfunctie en naar omzet gerekend vormen de reparatiewerkzaamheden maar een gering deel van hun activiteiten (7%). De activiteiten in de werkplaats zijn echter van groot belang als middel tot klantenbinding. Bovendien zijn, als gevolg van de geringe verkoopmarges op auto's, de reparatie-inkomsten wel degelijk van belang.

Met het oog op de toekomst is de ontwikkeling in de verkoop van auto's van belang. Hierop zijn op hun beurt weer van invloed: de demografische ontwikkelingen, de inkomens en de prijsontwikkeling en enkele andere factoren, waaronder de brandstofprijzen en de automodelpolitiek. In het recente verleden is de aanschaf van gebruikte auto's toegenomen en is het automobielpark verouderd. In bijna 70% van de huishoudens beschikt men over één of meer auto's. De relatie met de reparatie is echter moeilijk aan te geven, zoals ook uit voorgaande blijkt. De kwaliteit van de auto's neemt toe, waardoor het onderhoud relatief verder zal afnemen. Dit heeft een negatieve uitwerking op de afzet. Vrij algemeen wordt een verdere invoering van elektronika in auto's verwacht. De fabrikanten beschikken nu reeds over vele toepassingsmogelijkheden, doch deels is de markt er nog niet rijp voor en deels zijn er nog technische problemen die opgelost moeten worden. Het gaat hier om technische verbeteringen (niet meer olie verversen, ruiten die ruitwissers overbodig maken, signaleringssystemen en beter energiegebruik) en vergroting van de veiligheid. Wat reparatie betreft kan dit een vermindering inhouden, maar anderzijds kan het ook een verkleining inhouden van het gebruik van informele reparateurs. De invoering van de verplichte autokeuring is natuurlijk ook een factor die tot groei van reparaties kan leiden. Zoals al werd aangegeven is het probleem bij autoreparaties dat een deel daarvan zwart wordt uitgevoerd. Het CBS kwam indertijd met een percentage van 12 en dat is waarschijnlijk nog aan de lage kant. De auto als een algemeen begeerd gebruiksmiddel en de hoge prijs van autoreparaties zijn daar debet aan. Volgens een in opdracht van de OSA uitgevoerde berekening zou een prijsverlaging van 10% van de reparatietarieven mogelijk kunnen leiden tot een toename van de werkgelegenheid met 5000 tot 7000 arbeidsjaren⁶⁵. In Ierland heeft men een dergelijk prijsverlaging inderdaad uitgevoerd. Daar is het BTW-tarief op arbeidsloon en onderdelen voor garagebedrijven van 23% verlaagd naar 5%. Koopt men elders onderdelen dan betaalt men het hoge tarief, waardoor doe-het-zelvers en beunhazen duurder uit zijn. Dit experiment is overigens nog niet geëvalueerd. In dezelfde studie wordt naar aanleiding van dit experiment ervoor gepleit om bij een eventuele prijsverlaging van diensten niet de arbeidsintensiteit als uitgangspunt te nemen, maar het bestaan van equivalenten in het zwarte circuit. Dat zwarte werk moet dan wel als zodanig door de consument herkenbaar zijn⁶⁶.

Wanneer naar andere delen van de reparatiesector gekeken wordt is doorgaans sprake van een vermindering van de afzet. Bij schoenen en uurwerken is vervanging door andere goedkope producten voordeliger dan reparatie, terwijl dure exemplaren weinig reparatie kennen. Verder kunnen modetrends tot vervanging leiden voor men aan reparatie toe zou komen. In de rijwielbranche speelt de daling in de afzet van bromfietsen een negatieve rol in de ontwikkeling van de afzet. Verder is dit typisch een branche die gevoelig is voor doe-het-zelf activiteiten.

⁶⁴ BOVAG, *op. cit.*, blz. 6.

⁶⁵ Van de Kamp e.a., *op. cit.*, blz. 53.

⁶⁶ J.C. van Ours, 'Werkgelegenheid en de prijs van dienstverlening', in: *Reparatie en werkgelegenheid*; Den Haag, Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek, 1986, blz. 14.

5.4.3 De overige dienstverlening

In 1983 bedroeg de totale produktiewaarde in deze sector (SBI 98) 5314 miljoen gulden. Dat is 0,75% van de totale produktiewaarde in Nederland. Het aandeel van de consumptie in deze sector beslaat 56%, de rest bestaat voornamelijk uit intermediaire leveringen.

De kostenzijde wordt voornamelijk bepaald door arbeidskosten. In 1982 bedroeg het arbeidsvolume 99.000 arbeidsjaren, waarvan 79.000 voor rekening van werknemers. Dit is 2,1% van het totale arbeidsvolume in Nederland. In 1984 telde deze sector 135.000 werknemers, waarvan 64% vrouwen. Van de banen werd 43% in een volledige werkweek verricht en daarbij voor 6% door vrouwen ⁶⁷.

De werkzaamheden in deze sector vinden voor een belangrijk deel plaats in het midden- en kleinbedrijf. Opvallend is de sterke toename van de deeltijdarbeid, ook binnen het midden- en kleinbedrijf. Uit een studie naar de werkgelegenheid in het midden- en kleinbedrijf blijkt dat in de periode 1960-1980 het aantal werkzame personen (uitgezonderd de bedrijfsgroep vuilverwerking en reiniging) met 46.000 is toegenomen, terwijl in dezelfde periode het totale arbeidsvolume met 9000 arbeidsjaren daalde, uitgaande van een arbeidsjaar van 2080 uur. Naast de algemene arbeidstijdverkortung in genoemde periode wordt dit verschil veroorzaakt door de toename van het aantal parttimers met bijna 70% ⁶⁸. De bruto weeklonen behoren tot de laagste in de Nederlandse economie, waarbij nog het effect geteld moet worden van de doorgaans korte werkweek.

De schoonmaakbedrijven

Vrij weinig van de dienstverlening in deze sector (SBI 982) is gericht op particulieren. Het zijn vooral de schoorsteenvegersbedrijven en de autowasserijen die daarop gericht zijn, en die maken samen ongeveer 3% van de totale sector uit. Samen met glazenwasserijen komen deze in 1981 op een omzet aan particulieren van 200 miljoen gulden ⁶⁹.

Het schoonmaken van particuliere huishoudens is vrijwel geheel uit de professionele branche verdwenen. Ook de nog wel voor particulieren werkende bedrijven, zoals glazenwassers, staan onder grote druk van de informele economie. De prijsontwikkeling is zodanig dat het voor particulieren zeer aantrekkelijk is om het werk zelf te doen of zwart te laten verrichten. De wat grotere bedrijven zien dit ook nauwelijks meer als concurrentie. Zij hebben de particuliere markt afgeschreven. De mogelijkheden tot produktiviteitsverhoging zijn daar dermate gering dat een rendabele bedrijfsvoering niet mogelijk is. Alleen kleine een- en tweepersonsbedrijven vinden daar nog emplooi. Overigens treedt ook bij de kleinere institutionele objecten (scholen, kerken) een voortgaande informalisering op, meestal uit bezuinigingsoverwegingen. De verwachtingen voor de consumptieve afzet zijn dan ook somber. Er ontstaan problemen bij het verlenen van relatief geringe diensten aan een particulier. Zaken als onderhoud van de woning, kleine schoonmaak- en andere verzorgende activiteiten worden meer en meer informeel verricht, een 'specialist' daarvoor is te duur of komt niet, omdat het voor hem onrendabel is. Juist bij hen die op formele dienstverlening zijn aangewezen (bijv. omdat ze zelf de noodzakelijke werkzaamheden niet kunnen verrichten) bestaat een behoefte aan de verlening van dergelijke diensten. Vanuit de professionele wereld worden wel pogingen gedaan om een deel van de

⁶⁷ Berekend via CBS, *Statistiek structuur arbeidsplaatsen*; 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1983, blz. 63.

⁶⁸ *Werkgelegenheid en arbeidsvolume in het midden- en kleinbedrijf 1960-1980*; door A. Bol, A. Nijssen, G. Regter e.a., Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1982, blz. 149.

⁶⁹ Stuurgroep dienstenonderzoek, *Ondernemen in diensten deel 1 en 2*; 's-Gravenhage, Ministerie van Economische Zaken, 1983, blz. 190.

onderkant van de markt te kunnen bedienen. Veranderingen in de dienstverlening, zoals een combinatie van schoonmaken, wassen, catering, beveiliging (bijv. voor zelfstandig wonende bejaarden) kan het weer aantrekkelijk maken om deze diensten te verlenen⁷⁰. Momenteel zijn alleen al de voorrijkosten zo hoog dat een relatief geringe dienstverlening onrendabel is. Zo'n combinatie van taken met daarbij mogelijk een concentratie van bezoekadressen zou een dergelijke dienstverlening weer rendabel kunnen maken.

Wasserijen, chemische reiniging en dergelijke

De wasserijbranche (SBI 983) wordt onderverdeeld in de natwasserijen, de chemische reiniging, wasverzendinrichtingen en wassalons. De *natwasserijen* halen maar 10% van hun omzet bij particuliere huishoudingen. Door de steeds grotere verbreiding van de eigen wasmachine werd de gezinswas steeds minder de deur uitgedaan. Deze uitdunning van het klantenbestand en het daardoor steeds verder verspreid wonen van de klanten maakte de transportkosten steeds hoger, hetgeen tot verdere stijging van de prijs leidde en daarop weer tot een verder verkleinen van de klantenkring. Bij de natwasserijen gaat het om 311 ondernemingen waar 8000 personen werken. Bij de *chemische reiniging* wordt driekwart van de diensten aan particuliere gezinnen geleverd. Er zijn 665 ondernemingen waarvan 47 meer dan tien werknemers in dienst hebben. De totale omzet bedraagt ongeveer 200 miljoen gulden.

De *wasverzendinrichtingen* vinden hun afzet voor 82% in particuliere consumptie. Er zijn 308 bedrijven, er werken 450 personen en hun omzet is 24 miljoen gulden. De *wassalons* richten zich volledig op particuliere dienstverlening door het beschikbaar stellen van hun apparaten. In 249 ondernemingen werken 600 mensen met een omzet van 28 miljoen gulden.

Over het geheel genomen is er in deze branche een teruggang waar te nemen. Bij wasserijen is er een verdergaande teruggang in particuliere dienstverlening. Chemische reinigingsbedrijven hebben geprobeerd de teruggang op te vangen door uitbreiding van hun dienstverlening met reiniging van leer en suède, reparatiewerk en dergelijke. Niettemin is er sprake van een stagnatie, waarop veranderingen in kleding en in het materiaal daarvan en een teruggang in inkomen mede van invloed zijn. Ook voor wasserettes zijn de vooruitzichten somber. De eerder genoemde sociale innovatie waar diensten gesubstitueerd worden door produkten van eigen dienstverlening speelt op dit terrein een belangrijke rol. Vergroting van het aantal alleenstaanden kan met de verdergaande vergrijzing een uitbreiding van de vraag doen ontstaan, samen mogelijk met een groei van de behoefte aan dit soort diensten door mensen met een relatief hoog inkomen en weinig vrije tijd.

Kappersbedrijven en schoonheidsinstituten

De omzet in deze branche (SBI 984) was in 1983 959 miljoen gulden. Er werken 30.000 personen, waarvan de helft uit zelfstandigen en meewerkende gezinsleden bestaat; 54% van de werknemers werkt de volle tijd. Het aantal werknemers dat minder dan 15 uur per week werkt wordt geschat op 1300. Dit zijn voornamelijk vrouwen die werkzaam zijn bij schoonheidsinstituten. Op het totale bestand vormen de vrouwen ongeveer 88%. Verder is 60% van de werknemers jonger dan 23 jaar en daarvan is weer de meerderheid vrouw. De lonen liggen relatief laag, mede als gevolg van het grote aandeel van jongeren en door het feit dat

⁷⁰ J. van der Zijde, 'Waar een wil is is een wet. Over vernieuwingen op het terrein van de thuisverzorging en de gezinsverzorging'; *Intervisie*, Delft, 1985.

veel werknemers het minimumloon ontvangen ⁷¹. De bedrijfsresultaten zijn het laatste decennium verbeterd door het verdwijnen van onrendabele bedrijven, door meer op afspraak te werken en door meer gebruik te maken van deeltijdarbeid. De toekomstige ontwikkeling zal vooral afhankelijk zijn van een eventueel terugdringen van de zwarte sector in deze branche. De branche-organisatie, de ANKO, meent dat het aantal beunhazen tussen 1978 en 1985 gegroeid is van 1000 tot 8500 ⁷². De omzet van dit zwarte circuit wordt geschat op een kwart van de officiële omzet. In feite is deze informele werkzaamheid een gevolg van de organisatie in dit werk. Veel vrouwen stoppen na een aantal jaren met het werk in verband met gezinsomstandigheden en wanneer ze na een aantal jaren terug willen kunnen ze geen reguliere baan meer krijgen. Verder is het voor bedrijven aantrekkelijk mensen in opleiding te nemen omdat ze daarvoor een premie van de overheid ontvangen en mensen op minimumjeugdlonen kunnen aanstellen. Veel gediplomeerde kappers vloeien daardoor voortijdig af. Met name de kappersdiensten zijn zeer gevoelig voor de relatieve prijsontwikkeling. De prijs van deze regelmatig terugkerende diensten is voortdurend gestegen. Daar staat tegenover dat de dienstverlening uitgebreid is. Van alleen knippen is nog maar zelden sprake. En de kapsalon is vaak het etablissement van de 'hairstylist' geworden, waar men tijdens het wachten een kopje koffie krijgt en waar men een veelomvattende haarbehandeling kan ondergaan. Toch is de verwachting dat de prijs nog meer mensen naar het zwarte circuit zal drijven en dat er van groei voor het formele bedrijf waarschijnlijk geen sprake zal zijn.

5.5 Conclusies

Uit het in het voorgaande gegeven overzicht van ontwikkelingen in de sector van de commerciële persoonlijke dienstverlening, is duidelijk dat hier ruimte is voor een verdere economische groei en voor een toename van de werkgelegenheid. Zoals is aangetoond bestaat er een onmiskenbare relatie tussen groei van de persoonlijke welvaart en groei van de behoefte aan persoonlijke dienstverlening. Voor een groot deel van de bevolking neemt de welvaart nog steeds toe en daarnaast hebben ook veranderingen in de sociale ordening plaats die de behoefte aan dienstverlening zeer waarschijnlijk vergroten. Gedacht moet daarbij worden aan de nog steeds voortgaande gezinsverdunding en aan de toename van het aantal werkende (gehuwde) vrouwen. In beide gevallen kan dat betekenen dat dienstverlening die eerst in gezinsverband plaatsvond, nu via de commerciële dienstverlening gevonden moet worden. Deze ontwikkeling is in overeenstemming met de wet van Engel, die bij een toename van de welvaart meer luxe behoeften voorspelde. In deze wet werd echter niet gerekend met de voortdurende stijging van de prijs van deze luxe, met name van persoonlijke dienstverlening. De toegenomen vrije tijd en de moderne hulpmiddelen die de industrie ter beschikking van de consumenten heeft gesteld kunnen hier in bepaalde gevallen een uitweg bieden. In veel gevallen, zo werd in het voorgaande aangegeven, zal men echter naar goedkope dienstverlening zoeken in het zwarte circuit.

Bij de dienstverlening zal men het zwarte alternatief in het algemeen gemakkelijk kunnen vinden. De toetredingsdrempel is daar vaak laag. Men heeft betrekkelijk weinig kapitaal nodig en men kan doorgaans met geringe scholing volstaan. Soms is er sprake van een commerciële voortzetting van doe-het-zelf activiteiten (bijv. tuinwerk en burgerwerk in de bouw). Soms wordt het zwarte arbeidsaanbod door de formele ondernemers zelf gegenereerd (bijv. kappersbedrijf). De verdiensten van de 'zwarte' gebruiker van diensten zijn gemakkelijk te berekenen en kunnen

⁷¹ Loontechnische Dienst, *Naleving van de wet minimumloon en minimumvakantiebijslag in de sector kappersbedrijven*; Den Haag, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 1985, blz. 16.

⁷² Rabo, *op. cit.*, blz. 60.

als aanzienlijk worden aangekenmerkt. Het is dan ook te begrijpen dat in ieder geval 40% van de bevolking wel eens van zwarte dienstverlening gebruik maakt. De acceptatie van dit verschijnsel is in het normen- en waardenpatroon in de samenleving terug te vinden. Het verrichten van zwarte werkzaamheden wordt nauwelijks als een normovertreding ervaren. Het verschil tussen degenen die zwart werk verrichten en degenen die dit niet doen blijkt hooguit te liggen in de schatting van pakkans. De pakkans blijkt in het algemeen gering te zijn en de sanctie op fraude is ook niet groot. Ook hier maakt, zo blijkt uit onderzoek, de gelegenheid de dief. Sterker nog, men hoort wel geluiden dat degene die geen gebruik maakt van de mogelijkheid van dit soort fraude, een dief is van de eigen portemonnee.

Wat het verschijnsel verder moeilijker hanteerbaar maakt voor een overheid die wil ingrijpen, is dat de omvang en vorm van het zwarte circuit sterk verbonden is met de plaatselijke cultuur. De zwarte dienstverlening blijkt daarbij in één lijn te liggen met burenhulp en gemeenschapszin. Wat als fraude wordt aangemerkt krijgt hier een positieve betekenis, in de richting van de oeractiviteit waar Van der Wilde wel van sprak. In die betekenis is het verschijnsel zo oud als de wereld en is het ouder dan de formele economie, die het als een bedreiging voor haar gladde functioneren zou willen uitbannen. Maar dit positieve geluid mag er toch niet toe leiden dat men de ogen sluit voor de misstanden die hierbij onmiskenbaar bestaan. Die misstanden bestaan ook op het terrein van de commerciële persoonlijke dienstverlening. Daar is absoluut geen sprake van burenhulp of gemeenschapszin. Daar gaat het om het gewin dat gemaakt kan worden door ontduiking van wetten en voorschriften. Uit onderzoek blijkt dat bijvoorbeeld in de schoonmaakbranche, de grafische industrie, de type- en tekstverwerkersbranche, de koeriersbranche fraude plaatsvindt, met name door 'grijze' activiteiten. De opdrachtgevers proberen hierbij gunstiger leveringsvoorwaarden te krijgen, zowel financieel als wat betreft snelheid van leverantie. En zelfs overheids- en semi-overheidsinstanties proberen door het inschakelen van bedrijven uit dit circuit een gunstiger situatie te scheppen voor hun bezuinigingsbeleid. Met 'grijs' wordt hier bedoeld dat men lagere prijzen (en snellere leveranties) vooral probeert te bereiken door het overtreden van CAO-bepalingen op het gebied van de minimumbeloning en van de werktijden (overwerk). 'Grijs' betekent hier echter ook dat men de hand licht met bepalingen die men als hinderlijk ervaart voor het realiseren van de door de klant gevraagde flexibiliteit in de dienstverlening ⁷³.

Afgezien van de fraudebestrijding liggen er voor de overheid nog andere aangrijpingspunten voor het bestrijden van het zwarte circuit. Allereerst de omvang van de werkgelegenheid, waaraan met name de zo arbeidsintensieve commerciële persoonlijke diensten een belangrijke bijdrage kunnen leveren. De achterblijvende produktiviteitsontwikkeling in combinatie met een naar verwachting groeiende behoefte aan deze diensten roepen thans een spanningsveld op dat zijn uitweg zoekt in het zwarte circuit. Daarnaast is de kwaliteit van de in deze sector benodigde arbeid in het algemeen naar verhouding laag. Juist daardoor lijkt het creëren van formele werkgelegenheid in de sector van de commerciële persoonlijke dienstverlening kansen te bieden voor een groot deel van de langdurig werklozen die, bij de huidige eisen vanuit de vraagzijde van de arbeidsmarkt, vrijwel kansloos zijn. Ten slotte, het voorzieningenniveau ten aanzien van een zo doorzichtig en toegankelijk mogelijk netwerk van reparatie- en onderhoudsactiviteiten. Hier ligt duidelijk een taak voor de overheid om te zorgen dat ook de minder mobiele of minder goed in informele netwerken ingevoerde consumenten niet verstoken blijven van allerlei diensten op dit terrein.

⁷³ L. Bloeme en R.C. van Geuns, *Ongeregeld ondernemen, een onderzoek naar informele bedrijvigheid*; Den Haag, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid/Regioplan, januari 1987.

Een belangrijke voorwaarde voor de realisering van de drie bovengenoemde doelstellingen – het creëren van werkgelegenheid, ook voor het niet al te hoog opgeleide deel van de beroepsbevolking, onder handhaving van een goed voorzieningenniveau – is afhankelijk van de mogelijkheden om de prijs van de arbeid in de sector van de commerciële persoonlijke diensten te matigen. Alleen dan zal de druk vanuit het zwarte circuit op deze sector althans enigszins kunnen worden weerstaan. De overheid staan verschillende mogelijkheden open om de prijs van de commerciële persoonlijke diensten te matigen. In deel 1 van dit rapport worden die mogelijkheden besproken.

De zakelijke diensten

Prof. dr. J. Buursink

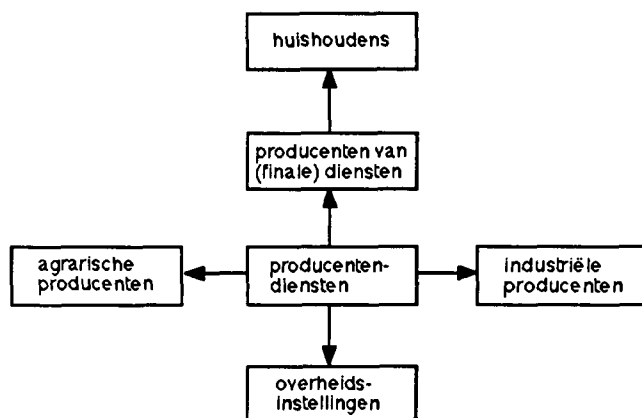
6. ZAKELIJKE DIENSTEN

6.1 Inleiding

In het economische verkeer van goederen en diensten neemt de commerciële dienstverlening een plaats in die steeds belangrijker wordt. Vanouds heeft de commerciële dienstverlening bestaan uit twee takken, namelijk de consumentendiensten en de producentendiensten. Tot de eerstgenoemde, ook wel finale diensten genoemd, behoren overwegend diensten die door ondernemingen op het gebied van detailhandel, horeca, reparatie, transport en overige verzorging rechtstreeks aan consumenten worden geleverd. Diensten die aan andere ondernemingen worden geleverd ten behoeve van hun productieproces of bedrijfsorganisatie worden *intermediaire diensten* of *producentendiensten* genoemd. Dienstverlening aan de overheid wordt niet afzonderlijk benoemd, maar ook tot de intermediaire dienstverlening gerekend.

Intermediaire of producentendiensten worden aan vier verschillende sectoren geleverd (schema 6.1) en ze omvatten een grote verscheidenheid (bijlage 2).

Schema 6.1 Producentendiensten naar bestemming



Dit hoofdstuk gaat over een onderdeel van de producentendiensten, de zogenaamde *zakelijke diensten*.

Terwille van de duidelijkheid is het gewenst om in het proces van producentendiensten onderscheid te maken tussen enerzijds diensten, namelijk als categorie van immateriële produkten, en anderzijds de (commerciële) dienstensector, als totaliteit van ondernemingen en bedrijven die zijn gespecialiseerd in het verlenen van diensten. Het gaat in dit hoofdstuk om het laatstgenoemde; in het bijzonder om de ondernemingen die tot het midden- en kleinbedrijf gerekend worden. Nu zou een dergelijke typing het duidelijkst zijn, indien ondernemingen in de zakelijke dienstverlening hun diensten uitsluitend aan andere ondernemingen zouden leveren. Voor een deel (advocaten, accountants, architecten e.a.) verlenen ze hun diensten echter ook aan consumenten. Van de andere kant worden sommige zakelijke diensten ook geleverd door ondernemingen die niet tot de bedrijfsklasse zakelijke diensten worden gerekend (zie ook bijlage 3). Als gevolg hiervan is er een verschil tussen enerzijds het totale volume aan zakelijke diensten en, anderzijds, de activiteiten van alle ondernemingen die volgens de Standaardbedrijfsindeling (SBI) tot de bedrijfsklasse Zakelijke Dienstverlening werden gerekend. Om praktische redenen wordt in dit hoofdstuk vrijwel alleen ingegaan op de bedrijfsgerichte zakelijke dienstverlening en blijft het deel dat naar de huishoudenssector en naar de overheid gaat op de achtergrond.

Nadat dienstverlening jarenlang praktisch uitsluitend als een activiteit voor consumentenverzorging was beschouwd, is pas in de laatste tijd van wetenschappelijke en beleidszijde een meer gerichte belangstelling bespeurbaar voor de bedrijfsgerichte dienstverlening. Die belangstelling geldt dan vooral voor de motorische functie die de bedrijfsgerichte dienstverlening in het economische proces vervult¹. In de tweede plaats vraagt de geografische differentiatie naar stad en regio steeds meer aandacht^{2, 3}. In beide gevallen staat de toeneming van het aantal ondernemingen en van de werkgelegenheid in deze tak van dienstverlening centraal.

In weerwil van het feit dat Nederland tot de zogenaamde diensteneconomieën wordt gerekend, zijn dienstverlening als geheel van commerciële activiteiten en dienstensector als de totaliteit van dienstverlenende bedrijven nog goeddeels onbekende en zelfs miskende fenomenen. Het contrast met de agrarische produktie is dan ook treffend. Want terwijl de produktie en produktiecapaciteit van agrarische bedrijven dank zij een volgroeid registratiesysteem praktisch volledig en ook zeer actueel kunnen worden gekwantificeerd, geldt voor de dienstverlening het omgekeerde. Verkenningen van de economische betekenis van de dienstensector stuiten al snel op een structureel tekort aan statistisch materiaal. Daarnaast wordt het inzicht in de dynamiek op de zakelijke dienstenmarkt nogal belemmerd door de traditionele verkaveling van het bedrijfsleven in sectoren en bedrijfsklassen, volgens de zogenaamde standaardbedrijfsindeling. Dit uit oogpunt van classificatie ontworpen raamwerk, blijkt meer en meer een heldere waarneming te belemmeren van activiteitenverschuivingen binnen ondernemingen van goederenproduktie naar dienstverlening en van bundeling van uiteenlopende activiteiten in één onderneming. Bovendien werkt het denken in termen van sectoren en bedrijfsklassen een zekere reïficatie van deze classificatieconcepten in de hand. Nu wordt een kwantificerende beschrijving van de dienstensector natuurlijk sterk bemoeilijkt door alleen al de zeer grote omvang van het aantal dienstverlenende ondernemingen en door het abstracte karakter van diensten als produkt. Tegenover 136.000 ondernemingen in de agrarische sector staan circa 380.000 ondernemingen in de dienstensector. Daarbij komt nog het heterogene karakter van zowel het produkt 'dienst' als van de dienstensector. Het ontbreken van een sluitend en volledig registratiesysteem met betrekking tot de dienstensector heeft ook te maken met het lange tijd niet erkend worden van dienstverlening als economisch nuttige activiteit. Te lang is in dat opzicht alleen aan de uiteindelijke produktie van materiële goederen (agrarische en industriële) gedacht.

De essentie van een diensteneconomie is overigens niet zozeer de omvang van de tewerkstelling in de dienstensector. Inderdaad is thans ongeveer twee derde van de totale Nederlandse beroepsbevolking werkzaam in de commerciële en niet-commerciële takken van dienstverlening. En een groot deel daarvan is gericht op consumentendiensten. Maar veel wezenlijker is de rol die de diverse vormen van intermediaire dienstverlening vervullen in het totale economische proces. Die rol is in zekere zin onzichtbaar, doordat het produkt dienst niet tastbaar en kwantificeerbaar is. Het effect is echter wel goed te merken. Want de sterk gestegen output en produktiviteit van de agrarische en industriële bedrijven is voor een belangrijk deel te danken aan de aanwending van diensten van gespecialiseerde bedrijven in het produktieproces en de bedrijfsorganisatie. Door die intermediaire dienstverlening, als voorwaarde voor een rationeel goederenproduktieproces, kan onze hedendaagse hoogindustriële economie met recht een diensteneconomie genoemd worden. De vergelijking met het gist in het bakkersdeeg dringt zich op: onzichtbaar, maar

¹ Stuurgroep Dienstenonderzoek, *Ondernemen in diensten*; 's-Gravenhage, Ministerie van Economische Zaken, Staatsuitgeverij, 1983.

² J. Buursink, *De dienstensector in Nederland. Een geografisch portret*; Assen, Van Gorcum & Comp., 1985.

³ J.H.J. van Dinteren, 'Commerciële kantoren en Nederlandse steden', *Geografisch Tijdschrift*, jaargang 20, nr. 1, 1986, blz. 263-272.

onmisbaar om een verkoopbaar en te consumeren produkt te leveren.

In dit hoofdstuk zal worden getracht dat deel van de intermediaire dienstverlening te belichten dat gewoonlijk als de *financiële en zakelijke dienstverlening* wordt aangeduid. De bedrijven die zich in hoofdzaak bezighouden met deze activiteiten zijn volgens de Standaardbedrijfsindeling bijeengebracht in bedrijfstak 8 (bijlage 3).

Het aanbod van zakelijke diensten komt van ondernemingen die van deze dienstverlening hun hoofdactiviteit maken, alsmede van ondernemingen die zich via nevenactiviteiten op de expanderende zakelijke dienstenmarkt hebben begeven. Tenzij de nevenactiviteiten voor de onderneming van substantiële betekenis zijn, worden alleen de eerstgenoemde ondernemingen gerepresenteerd door bedrijfsklasse 84 van de Standaardbedrijfsindeling. De andere ondernemingen die zich ook met zakelijke dienstverlening inlaten, behoren veelal tot de bedrijfsklassen 81 (bankwezen) en 82 (verzekeringswezen). Ondernemingen waarvan de hoofdactiviteit bestaat uit bemiddeling in onroerend goed transacties of verhuur van kapitaalgoederen vervullen functies die ook als zakelijke dienstverlening zouden kunnen worden opgevat. Zij worden evenwel tot afzonderlijke bedrijfsklassen gerekend, respectievelijk 83 (handel in en exploitatie van onroerend goed) en 85 (verhuur van machines en voertuigen). Met het oog op de betrekkelijkheid van het onderscheid tussen deze categorieën van ondernemingen zou men daarom ook kunnen spreken van zakelijke dienstverlening in engere zin (alleen bedrijfsklasse 84) en in ruimere zin (gehele bedrijfstak 8).

In het voorgaande is gesuggereerd, dat zakelijke diensten ('business services') zo genoemd kunnen worden, omdat ze door bedrijven aan andere bedrijven worden verleend. Maar evenals vele andere producentendiensten worden zakelijke diensten ook aan overheidsinstellingen geleverd. Ingenieursbureaus bijvoorbeeld worden dikwijls ook door ziekenhuizen, universiteiten of andere overheidsinstellingen in de arm genomen. Bij ontstentenis van een afzonderlijke benaming voor de op commerciële basis aan de overheid geleverde diensten vallen deze dus ook onder de zakelijke c.q. producentendiensten. Daardoor wordt de betekenis van de op overheid gerichte dienstverlening enigszins versluierd en wordt de intermediaire dienstverlening in dezelfde mate geflatteerd. Het inzicht in de economische betekenis van de zakelijke dienstverlening zou worden vergroot, indien de bedrijfsgerichte en de op de overheid gerichte componenten beter uit elkaar zouden kunnen worden gehouden.

In paragraaf 6.2 zullen enkele, meer algemene, aspecten van de zakelijke dienstverlening als bedrijfsklasse aan de orde worden gesteld. Binnen bedrijfstak 8 en in het bijzonder binnen bedrijfsklasse 84 tekent zich op het niveau van de afzonderlijke ondernemingen een sterke dynamiek af. De individuele ondernemingen, die zich met pakketten van min of meer verwante vormen van dienstverlening op de dienstenmarkt begeven, storen zich steeds minder aan de traditionele classificatie volgens de standaardbedrijfsindeling. Daarom zijn beschrijvingen en analyses van zakelijke dienstverlening die - min of meer noodgedwongen - gebaseerd zijn op de standaardbedrijfsindeling onvoldoende adequaat om de dynamiek op de zakelijke dienstenmarkt te belichten.

In paragraaf 6.3 zal de plaats van de financiële en zakelijke dienstverlening in het geheel van de Nederlandse economie worden verkend. Dat gebeurt voornamelijk op basis van de recente ontwikkeling van het aantal ondernemingen en de werkgelegenheid in deze bedrijfstak. Daarna wordt getracht het aandeel van het midden- en kleinbedrijf in de verschillende bedrijfsklassen en vormen van dienstverlening zo goed mogelijk te identificeren. De sector van de financiële en zakelijke dienstverlening is sedert jaren gekenmerkt door het actief zijn van een beperkt aantal grote ondernemingen en een zeer groot aantal middelgrote (10-100 werkzame personen) en kleine ondernemingen (minder dan 10 werkzame personen). Verschillende ontwikkelingen werken enerzijds een verder-

gaande schaalvergroting in het ondernemingsgebeuren in de hand, terwijl anderzijds de toetreding van steeds meer kleine ondernemingen mogelijk gemaakt wordt.

De vraag welke kansen de kleine en middelgrote ondernemingen op het terrein van de financiële en zakelijke dienstverlening hebben, zal nader uitgewerkt worden in de beide volgende paragrafen. In paragraaf 6.4 worden enkele aspecten van die vormen van dienstverlening aan de orde gesteld die vooral door de aard van de ondernemingen worden bepaald, zoals de aard van het werk, de huisvestingsbehoeften en het innovatieve vermogen. In paragraaf 6.5 worden dan enkele factoren behandeld die de vraag naar financiële en zakelijke diensten als het ware van buitenaf beïnvloeden, zoals de uitbesteding door het overige bedrijfsleven, de technologische ontwikkeling in de informatieproductie, de wet- en regelgeving en de inbedding van het Nederlandse bedrijfsleven in internationale kaders.

6.2 Algemeen

6.2.1 *Wat zijn zakelijke diensten?*

Voordat de positie van het midden- en kleinbedrijf op het terrein van de zakelijke dienstverlening aan de orde kan worden gesteld, dient eerst verder verduidelijkt te worden, wat zoal onder zakelijke diensten ('business services') is te verstaan. In dit verband gaat het om diensten in de zin van immateriële produkten, die op commerciële basis aan andere bedrijven geleverd worden en als zodanig een onderdeel zijn van de intermediaire diensten (bijlage 2).

Zakelijke diensten onderscheiden zich echter van de meeste andere intermediaire diensten, doordat ze niet of nauwelijks aan een materieel goed gekoppeld zijn. Bij de groothandelsdiensten, transportdiensten, onderhoudsdiensten, verhuurdiensten is de dienstverlening steeds gekoppeld aan goederen, gebouwen of voertuigen, die moeten worden vervoerd, onderhouden of verhuurd. Bij zakelijke diensten en eigenlijk ook bij financiële diensten, ontbreekt die band. Ze hebben niet zozeer een object-distribuerend of objectverzorgend, maar een informatieverstrekkend karakter. Ze worden daarom wel *zuivere diensten* genoemd, die meestal alleen wat papier als informatiedrager nodig hebben. Het papier is echter bijzaak in deze dienstverlening, de informatie – meestal verstrekt in de vorm van adviezen – is hoofdzaak. Meestal bestaan zakelijke diensten uit rechtskundige, fiscale, bedrijfseconomische, technische en andere adviezen, die aan de cliënten worden uitgebracht ten behoeve van hun productieproces, hun bedrijfsorganisatie of hun marktpositie.

Ze zijn vaak toegesneden op specifieke vragen en problemen van de cliënt, die extern een deskundig advies zoekt. Zakelijke diensten zijn zodoende ook heel goed aan te duiden als *zakelijke adviesdiensten*. Onder die noemer valt dan een vrij grote verscheidenheid van dienstverlening aan het bedrijfsleven, zoals allerlei rechtskundige adviezen, belastingadviezen, accountantsverklaringen, organisatie-adviezen, computerisering van de administratie, ingenieursadviezen, projectontwikkeling, bouwkundige ontwerpen, energiebesparingsadviezen, logistieke adviezen, reclameadviezen, marketing adviezen, bedrijfseconomische adviezen, psycho-technische rapporten, personeelswerving, kredietinformatie, keurings- en controlerapporten enzovoort.

De bedoeling van deze enigszins uitvoerige, maar nog niet volledige, opsomming is het heterogene karakter van de zakelijke diensten tot uiting te laten komen. Een benaming als zakelijke diensten suggereert onwillekeurig meer homogeniteit dan op grond van de feitelijke verscheidenheid gerechtvaardigd is.

Naast en eigenlijk inherent aan het advieskarakter is het hoge kennisniveau van de zijde van de dienstverlener kenmerkend voor zakelijke diensten. Voor het uitbrengen van de zakelijke adviezen is veelal een zeer specifieke kennis en 'know how' nodig, die verworven is in een hogere

beroepsopleiding en op grond van een langdurige praktijkervaring. Zakelijke diensten worden daarom ook wel als *kennisdiensten* aangeduid⁴. De zakelijke dienstverlening heeft daardoor weinig te duchten van de informele economie, zoals wel het geval is bij de consumentendiensten. Op grond van de in het voorgaande genoemde kenmerken zijn zakelijke diensten als categorie van immateriële produkten goed te onderscheiden van andere categorieën diensten. De intermediaire leverantie, het advieskarakter en het kennisniveau leveren daartoe voldoende aanknopingspunten. Daarbij moet wel worden opgemerkt, dat in het geval een rechtskundig advies, een belastingadvies of een bouwkundig ontwerp geleverd wordt aan een consument, niet van een intermediaire leverantie gesproken kan worden en dientengevolge ook niet van 'zakelijke diensten'. In de praktijk pakt dat toch wat anders uit, doordat men gewoonlijk zakelijke diensten opvat als de diensten die verleend worden door bedrijven die tot de bedrijfsklasse van de zakelijke dienstverlening (SBI 84) worden gerekend. Daarbij wordt dan voorbijgegaan aan het consument gerichte deel van hun activiteiten. De reden voor deze vereenvoudiging is duidelijk. Het theoretisch terecht gemaakte onderscheid is niet op eenvoudige wijze te operationaliseren. Daartoe zou men de omzet van de desbetreffende bedrijven moeten kunnen verdelen naar finale en intermediaire afnemers. Als regel ontbreekt daartoe de mogelijkheid. Bovendien evolueren ondernemingen soms van goederenproductie naar dienstverlening, door accentverlegging in de hoofdactiviteit, bijvoorbeeld in de computerbranche^{5, 6}.

6.2.2 Ondernemingen in zakelijke diensten

De zakelijke dienstenmarkt kenmerkt zich door een veel grotere verscheidenheid van diensten dan men misschien zou verwachten. Een vergelijking met de detailhandelsmarkt of de horecamarkt is niet geheel misplaatst. Want de op die markten aangeboden produkten verschillen niet alleen naar aard, maar ook naar prijs, stijl, ambiance en dergelijke. Bovendien worden steeds weer nieuwe vormen van zakelijke diensten ontwikkeld (zie ook paragraaf 6.4.3). Maar ook in de ondernemingen die zich bezighouden met zakelijke dienstverlening is nogal wat verscheidenheid. Overigens is het heel gebruikelijk om ook de producenten van zakelijke adviesdiensten kortweg met zakelijke diensten aan te duiden. Volgens de standaardbedrijfindeling heeft men het dan over de bedrijfsklasse zakelijke dienstverlening (SBI 84), waarin de bedrijven zijn ondergebracht die van zakelijke dienstverlening hun hoofdactiviteit hebben gemaakt.

Nu sluiten de produktgroep zakelijke diensten volgens paragraaf 6.2.1 en de bedrijfsklasse zakelijke dienstverlening niet geheel naadloos op elkaar aan. In de eerste plaats worden zakelijke diensten ook geleverd door ondernemingen uit andere bedrijfsklassen (bijv. banken), die zich op de expanderende dienstenmarkt hebben begeven. In de tweede plaats leveren ondernemingen en bedrijven die in bedrijfsklasse 84 zijn ondergebracht hun diensten ook aan huishoudens. In deze ondernemingen draagt de dienstverlening dus een gemengd karakter. Organisatiebureaus, reclamebureaus, economische adviesbureaus, computerservicebureaus en ingenieursbureaus zijn duidelijke voorbeelden van ondernemingen die alleen producentendiensten leveren. Hetzelfde geldt ook praktisch voor accountantskantoren. Daarentegen zijn belastingconsulenten, advocaten, notarissen en architecten ook in belangrijke mate voor huishoudens werkzaam.

⁴ D. Snel, *Structuur en ontwikkeling van de commerciële dienstensector in Nederland*; Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986.

⁵ *De diensten als motor voor nieuwe activiteiten*; door H.J. van Dongen, G. Poeth, G. Slagmolen e.a.; 's-Gravenhage, Organisatie voor strategisch arbeidsmarktonderzoek, 1986.

⁶ J.H. Gravensteijn-Ligthelm, *De ontwikkeling van de werkgelegenheid in de commerciële intermediaire dienstensector*; 's-Gravenhage, Organisatie voor strategisch arbeidsmarktonderzoek, 1986.

Wegens de sterke oriëntatie van de zakelijke dienstverlening op het overige bedrijfsleven wordt deze bedrijfsklasse ook wel de complementaire sector genoemd ⁷.

Voor de bedrijfsklasse 84 als geheel wordt het intermediaire productieaandeel geschat op 93% ⁸. Dit rechtvaardigt de toerekening van de gehele bedrijfsklasse tot de sector van de intermediaire dienstverlening. Bij het bank- en verzekeringswezen (bedrijfsklassen 81 en 82) en de exploitatie van en handel in onroerend goed (bedrijfsklasse 83) heeft de dienstverlening nog wat meer een gemengd karakter. De intermediaire productie-aandelen van het bankwezen en verzekeringswezen worden geschat op respectievelijk 72% en 52%. In concrete individuele gevallen kan een bedrijf dat tot één deze gemengde bedrijfsklassen behoort misschien wel uitsluitend voor andere bedrijven werkzaam zijn. In het algemeen loopt de verdeling zeer uiteen.

De algemene gebruikelijke sectorale indeling van het bedrijfsleven volgens de standaardbedrijfsindeling is in het geval van de zakelijke dienstverlening dus te grof om het geheel van zuiver intermediaire dienstverlening van deze aard te representeren. Daarnaast vallen binnen bedrijfsklasse 84 de benamingen van de onderscheiden bedrijfspgroepen niet meer samen met bepaalde typen diensten, doordat binnen sommige bedrijfspgroepen gestreefd wordt naar verbreding van het dienstenpakket. Het feit dat de ondernemingen op het terrein van de financiële en zakelijke dienstverlening in de standaardbedrijfsindeling zijn gegroepeerd tot één bedrijfstak (SBI 8) heeft overigens slechts een classificatiefunctie. Alleen naar de aard van hun dienstverlening is er reden om deze activiteiten te onderscheiden van andere takken van dienstverlening. Men moet er echter voor waken dit cluster van min of meer identieke activiteiten als een operationele eenheid te zien. Als zodanig zijn alleen de ondernemingen te beschouwen. En deze opereren en functioneren in complexen die dwars door de traditionele sectorale indelingen van het bedrijfsleven heen lopen.

6.2.3 *Informatie- of quartaire sector*

Het zoëven vermelde probleem van het gemengde karakter van de dienstverlening door bedrijven uit bedrijfstak 8 doet zich niet voor als men zakelijke dienstverlening associeert met informatieverschaffing, al dan niet ten behoeve van het bedrijfsleven. Dat is min of meer van toepassing op alle bedrijven uit die bedrijfstak. Immers, ook indien de dienstverlening bestaat uit bemiddeling op de arbeidsmarkt of de onroerend goed markt, dan staat het informatiegehalte van de transactie toch voorop. Daarom zou men de zakelijke dienstverlening ook wel als (deel van) de informatiesector kunnen beschouwen.

In aansluiting op het eerder gemaakte onderscheid tussen objectbegeleidende en informatieverschaffende dienstverlening zou men nu de ondernemingen die deze diensten leveren kunnen aanduiden als respectievelijk de tertiaire en de quartaire sector. In de internationale literatuur wordt de informatieverschaffende sector inderdaad als de quartaire sector aangeduid. In Nederland wordt met deze benaming echter abusievelijk bedoeld op de niet-commerciële dienstverlening. Aan dit misverstand, dat in brede kringen van wetenschappers, politici, beleidsambtenaren en journalisten verbreid is, ligt het door elkaar halen van twee geheel verschillende indelingscriteria ten grondslag. Economische activiteiten kunnen enerzijds ingedeeld worden naar de aard van het geproduceerde (primaair = van natuur verkregen produkten; secundair langs industriële weg verkregen produkten; tertiair = distributie, transport en verzorging van goederen en personen; quartair = productie van informatie). Anderzijds

⁷ J.G. Lambooy en N. Tates, 'Zakelijke diensten, een complementaire sector', *Economische Statistische Berichten*, 3 augustus jaargang 68, nr. 3461, blz. 676-680.

⁸ Van Dongen e.a., *op. cit.*

kan men de activiteiten indelen naar de wijze van bekostiging, namelijk via het marktmechanisme (commerciële activiteiten), dan wel via het budgetmechanisme (niet-commerciële activiteiten). Nederland is het enige land ter wereld waar de discussie over de quartaire sector vertroebeld wordt, doordat men zich niet bewust is van de contaminatie van twee geheel verschillende classificatieregels.

Wegens de in Nederland heersende misverstanden en spraakverwarring rondom het begrip 'quartaire sector' verdient het aanbeveling om deze term in het geheel niet meer te gebruiken. Daar komt nog bij, dat de gewoonlijk aan de sectorindeling gekoppelde verschuiving van de werkgelegenheid zich waarschijnlijk niet zo massaal zal voortzetten tot in de quartaire sector (in de niet-Nederlandse zin). In het verleden heeft zich inderdaad een verschuiving voorgedaan – niet van de werknemers individueel, maar van het arbeidsvolume – van de primaire naar de secundaire sector en vervolgens van de secundaire sector naar de tertiaire sector. Beide opschuivingen waren het gevolg van rationalisatie van de produktie in de agrarische en industriële bedrijven. In de tertiaire sector, die de goederendistribuerende en personenverzorgende activiteiten omvat, doen zich verschillende ontwikkelingen voor. Deels vindt ook hier vervanging van arbeid door kapitaal plaats. Maar ook vervanging van relatief dure arbeid door relatief goedkope arbeid, onder andere vanuit de informele economie. Het zou kunnen betekenen, dat het arbeidsvolume in de tertiaire sector ook gaat stagneren en inkrimpen. Het is voorsnog zeer de vraag, of de quartaire sector (in de niet-Nederlandse zin) de leidende rol zal overnemen. Met name valt te betwijfelen of het arbeidsvolume in absolute zin zal uitstijgen boven dat van de tertiaire sector.

6.2.4 *Dynamiek op de dienstenmarkt*

Er is reeds op gewezen, dat de belangstelling voor de zakelijke dienstverlening – en voor de intermediaire dienstverlening in het algemeen – vooral berust op de recente toeneming van het aantal ondernemingen en van de werkgelegenheid in deze takken van dienstverlening. Ook de vraag naar zakelijke diensten is in de laatste jaren sterk toegenomen; in het bijzonder de vraag naar technische, organisatie- en marketing-diensten door industriële ondernemingen⁹. Tussen 1975 en 1982 is in vrijwel alle bedrijfstakken van de Nederlandse economie het aandeel van de dienstenleveranties uit de sector van de zakelijke dienstverlening sterk toegenomen.

Om deze ontwikkelingen op het terrein van de zakelijke dienstverlening naar waarde te kunnen schatten moeten we ook rekening houden met de zogenaamde bedrijfsinterne dienstverlening. In het produktieproces van agrarische, industriële, transport- en andere dienstverlenende ondernemingen zijn allerlei diensten nodig, die niet rechtstreeks ten goede komen aan het eigenlijke produktieproces, maar meer indirect. Ze moeten de interne bedrijfsorganisatie verbeteren of de externe marktpositie van de ondernemingen versterken. Voor dat doel hebben de meeste grotere ondernemingen, behalve leidinggevend personeel, ook min of meer gespecialiseerde werknemers in dienst (administratief personeel, onderhoudspersoneel, kantinepersoneel, expeditiepersoneel, laboranten enz.). Naarmate het eigenlijke produktieproces verder gemechaniseerd en geautomatiseerd wordt, neemt het aandeel van de bedrijfsinterne dienstverleners toe.

De omvang van de ondernemingsinterne dienstverlening is niet bekend. Aangenomen mag worden, dat vooral binnen grote concerns een belangrijk deel van de behoefte aan producentendiensten intern kan worden gedekt. Een groot deel van het personeel in industriële ondernemingen levert zodoende producentendiensten, maar wordt in de statistiek niettemin

⁹ M.A. de Haan en P.P. Tordoir, *Het belang van diensten voor de Nederlandse economie, Gangbare en nieuwe inzichten*; Delft, Planologisch Studiecencentrum TNO, 1986.

naar de aard van de onderneming tot de industriële werkgelegenheid gerekend. Voor andere producentendiensten moet echter een beroep gedaan worden op externe onderneming, bijvoorbeeld ter zake van kredietverschaffing, assurantie, accountancy, rechtskundige diensten en dergelijke. Het hangt veelal van de omvang van de onderneming en van de frequentie van de behoefte aan producentendiensten af, of daarin kan worden voorzien door interne specialisten, dan wel dat men zich wendt tot in dienstverlening aan het bedrijfsleven gespecialiseerde ondernemingen. In het kader van deze studie over het aandeel van het midden- en kleinbedrijf in de zakelijke dienstverlening is de bedrijfsinterne dienstverlening om verschillende redenen van belang. In de eerste plaats komt het meer en meer voor, dat grote ondernemingen uit oogpunt van efficiency besluiten een bepaald deel van de interne dienstverlening af te stoten, om die diensten in het vervolg van externe ondernemingen te betrekken. In de tweede plaats gebeurt het regelmatig dat specialistische dienstverleners hun werkkring bij de grote onderneming verlaten en voor eigen rekening aan het zakelijke verkeer tussen ondernemingen gaan deelnemen. In die zin vormt de grote onderneming een broedmilieu voor nieuwe, kleine ondernemingen in zowel goederenproductie als dienstverlening. Dat lijkt vooral te gebeuren in de huidige periode, waarin het ondernemerschap een maatschappelijke herwaardering ondergaat. Ook komt het voor dat gespecialiseerde dienstverlenende afdelingen van grote ondernemingen (Hoogovens/HAS) zich met hun produkt ook op de externe markt begeven, om na verloop van tijd een zelfstandige onderneming te worden (AKZO/Rijnconsult). Zodra de bedrijfsgerichte dienstverlening het interne ondernemingscircuit verlaat en zich mengt in het intermediaire verkeer tussen ondernemingen, kan gesproken worden van intermediaire (producenten)diensten. Het aantal ondernemingen dat zich in het economische verkeer bezighoudt met intermediaire dienstverlening is de laatste jaren in Nederland vrij sterk toegenomen. Het betreft vooral kleine ondernemingen. De vraag rijst, of deze toename in alle opzichten een teken van economische groei is en een deugdelijke grondslag vormt voor een verdere groei van de werkgelegenheid. Bovendien is het de vraag, of de vele kleine ondernemingen de vereiste specialisatie en/of schaalvergroting weten te realiseren, ten einde te kunnen overleven op het terrein van de zakelijke dienstverlening.

In de afgelopen jaren zijn de vraag naar en het aanbod van de diverse vormen van intermediaire, en in het bijzonder van de zakelijke dienstverlening, sterk gestegen. Daaraan liggen verschillende factoren en processen ten grondslag, waarop in volgende paragrafen wordt ingegaan. Deze ontwikkeling resulteerde in een grotere bedrijvigheid en werkgelegenheid in deze vormen van dienstverlening. Dat komt tot uiting in een groeiend aantal ondernemingen dat zich inlaat met de zakelijke en financiële dienstverlening. Dit valt dan soms weer samen met specialisatie op een heel specifieke vorm van dienstverlening. In andere gevallen streven de ondernemingen op dit gebied van de dienstverlening naar verbreding van hun dienstenpakket, door het aanbieden van min of meer verwante vormen van dienstverlening.

Op de zakelijke dienstenmarkt lijken zodoende twee min of meer tegengestelde ontwikkelingen op te treden. Enerzijds tekent zich een proces af van verdere produktdifferentiatie en van specialisatie door ondernemingen op bepaalde vormen van zakelijke dienstverlening. Het ligt in de rede om deze ontwikkeling vooral te verbinden aan de kleine en, in het bijzonder, de beginnende ondernemingen. De kracht van de kleine ondernemingen op het terrein van de financiële en zakelijke dienstverlening ligt bovenal in de exploitatie van een zeer specifieke 'know-how'. Dergelijke kleinschalige, gespecialiseerde ondernemingen komen in alle onderdelen van die sector voor, met name in de sfeer van de financiële hulpbedrijven, de organisatiebureaus en de economische adviesbureaus.

De enigszins gevestigde, vaak wat grotere ondernemingen daarentegen streven naar verbreding van hun dienstenpakket. Juist omdat wegens de technologische ontwikkelingen, de ingewikkelde wet- en regelgeving en de internationalisering de onderneming over allerlei specialisten moet beschikken, is een zekere schaalvergroting onvermijdelijk. De vraagstukken, waarmee zij door hun cliënten worden geconfronteerd, vereisen meer en meer een zeer specifieke kennis. Daarnaast werkt ook de marktstrategie van de grotere ondernemingen verbreding van het aanbod van zakelijke diensten in de hand.

De schaalvergroting in de zakelijke dienstverlening komt het duidelijkst tot uiting in de vele samenwerkingsverbanden die recentelijk gevormd worden. In dat opzicht vervult de accountantsbranche de hoofdrol. Daarbij tekenen zich twee niveaus af waarop de schaalvergroting van de organisatie optreedt. In de eerste plaats is dat het niveau van de maatschap, waartoe behalve accountants ook fiscalisten, organisatiedeskundigen en informaticaspecialisten toetreden. Met het oog op deze verbreding van het oorspronkelijke accountantskantoor is wel eens opgemerkt, dat dit zich lijkt te ontwikkelen tot een supermarkt voor bedrijfsadviezen¹⁰. Daarnaast zijn losser samenwerkingsverbanden met andere, zelfstandige specialisten mogelijk. Ook ziet men regionale kantoren tot samenwerking overgaan.

Het tweede niveau waarop de schaalvergroting aan de dag treedt is internationaal van karakter. De grote accountantskantoren, alsmede de grote organisatiebureaus zijn inmiddels alle deel gaan uitmaken van grote internationale samenwerkingsverbanden. In geringere mate tekenen deze vormen van schaalvergroting zich ook af in andere bedrijfspgroepen, bijvoorbeeld bij de ingenieursbureaus, en de reclamebureaus.

Gelet op de achtergronden van dit schaalvergrotingsproces (zie ook paragrafen 6.4 en 6.5) moet worden verwacht, dat het aantal middelgrote en grote ondernemingen in de zakelijke diensten nog zal toenemen en dat ook hun marktaandeel groter zal worden.

6.3 Plaats van de financiële en zakelijke dienstverlening in de Nederlandse economie

6.3.1 *Het aantal ondernemingen*

De in de laatste jaren sterk toegenomen belangstelling voor de sector van de zakelijke dienstverlening moet worden gezien in het licht van de sterke toename van het aantal ondernemingen in deze bedrijfsklasse. In indirecte samenhang daarmee staat de sterke groei van het aantal werkzame personen in deze ondernemingen, meer in het bijzonder in bepaalde subgroepen. De zakelijke diensten, met name de bedrijfspgroepen accountants- en boekhoudbureaus en belastingconsulenten (SBI 842), de computerservicediensten (SBI 843), en de ingenieurs- en technische adviesbureaus (SBI 844) worden tot de meest perspectievolle activiteiten gerekend¹¹. Deze verwachting berust dan in sterke mate op de in het recente verleden gebleken expansie. Het is riskant deze trend voor de komende jaren te extrapoleren. Tevens is het de vraag, in hoeverre bedrijfsresultaten en werkgelegenheid zich in gelijke pas zullen blijven ontwikkelen. De zakelijke dienstverlening lijkt bovendien een terrein dat bij uitstek aantrekkelijk is voor kleine, vaak zeer kleine, ondernemingen. In deze paragraaf zal worden getracht een beeld te schetsen van de min of meer recente groei van de bedrijvigheid in deze sector en vervolgens van de differentiatie in de zakelijke dienstverlening, alsmede van de organisatie van het bedrijfsleven in deze tak. Het schetsen van zo'n beeld wordt overigens wel wat bemoeilijkt door het ontbreken van voldoende

¹⁰ R. Soeting, *Het grote accountantskantoor, naar een bureaucratie?* Deventer, Kluwer, 1982.

¹¹ Van Dongen e.a., *op. cit.*

statistisch materiaal. De Bedrijfstellingen en het Algemeen Bedrijfsregister van het CBS bieden echter wel enige mogelijkheden. Tussen beide bronnen bestaan evenwel belangrijke verschillen, onder andere ter zake van de volledigheid van de bestanden.

Het Algemeen Bedrijfsregister (ABR) is erop gericht statistische informatie te bevatten over alle in Nederland geregistreerde ondernemingen en bedrijven, naar bedrijfstak en -grootte. Ten aanzien van bedrijfstak 8 en de zakelijke diensten (bedrijfsklasse 84) geldt, dat het ABR ook bedrijfs-groepen omvat, die in de Bedrijfstelling 1978 (BT) buiten beschouwing bleven (zoals rechtskundige diensten). Het ABR is dus vollediger dan de BT. Anderzijds wordt van CBS zijde gesteld, dat juist ten aanzien van de zakelijke diensten nog wel wat aanvullend onderzoek nodig is om een werkelijk volledig beeld van de bedrijvigheid in de bedrijfsklasse zakelijke dienstverlening te verkrijgen.

De uitkomsten van de BT 1978 zijn in dit verband gebruikt om het adressenbestand van het ABR op te schonen en aan te vullen. Dit is echter eerst met ingang van 1981 gebeurd. Daardoor is het niet zo zinvol de ABR-gegevens over de periode 1978-1980 te gebruiken. De longitudinale analyse van de kwantitatieve ontwikkelingen in de zakelijke dienstverlening kan daarom het best begonnen worden met het jaar 1981 en voor bepaalde aspecten zelfs pas vanaf 1983.

Toch lijkt het nuttig om eerst iets verder terug te kijken dan de afgelopen vijf jaren. Een bruikbaar aanknopingspunt voor een dergelijke peiling wordt geboden door de uitkomsten van de bedrijfstellingen van 1963 en 1978 (de laatste gepubliceerd in 1984).

Tussen 1963 en 1978 zijn de aantallen bedrijfsvestigingen en werkzame personen – het gaat hier dus niet om ondernemingen – in de marktsector als geheel sterk verminderd. De bedrijfsklasse financiële en zakelijke dienstverlening vertoont over deze periode echter een sterke groei in beide opzichten (tabel 6.1).

Tabel 6.1 Aantal vestigingen en werkzame personen in de marktsector in Nederland in 1978 (1963 = 100)

	Vestigingen		Werkzame personen	
	× 1000			
Gehele marktsector	382	(97)	3.097	(93)
Goederensector (bedrijfsklassen 1t/m5)	82	(64)	1.535	(79)
Dienstensector (bedrijfsklassen 6t/m9)	300	(113)	1.562	(112)
w.v. bedrijfstak 8	39	(188)	318	(157)
w.v. bankwezen (811 en 812)	5,5	(138)	76	(149)
verzekeringswezen (821 en 823)	8,4	(201)	59	(96)
onroerend goed handel (832)	3,0	(139)	9	(88)
zakelijke diensten (84)	22	(213)	173	(219)

Bron: CBS, Bedrijfstellingen 1963 en 1978.

De dynamiek is in de periode 1963-1978 in de bedrijfsklasse financiële en zakelijke dienstverlening als geheel sterker geweest dan in de dienstensector als totaliteit. Maar binnen bedrijfsklasse 8 hebben zich ook opmerkelijke verschillen voorgedaan. In het bankwezen en in de zakelijke diensten is de toename van de werkgelegenheid groter geweest dan de toename van het aantal vestigingen. Bij het verzekeringswezen en bij de handel in en exploitatie van onroerend goed is het juist omgekeerd. Daar viel de werkgelegenheid zelfs terug tot beneden het niveau van 1963, terwijl daarentegen het aantal vestigingen in deze bedrijfsklassen sterk toenam.

Ten slotte maakt tabel 6.1 duidelijk, dat binnen het geheel van bedrijfstak 8 de bedrijfsklasse zakelijke dienstverlening (SBI 84) zowel door het aantal vestigingen en het aantal werkzame personen als door het aandeel van deze beide variabelen in het totaal duidelijk toonaangevend is geweest. In vergelijking met de andere bedrijfsklassen uit bedrijfstak 8 en met de dienstensector als geheel was de toename van het

aantal vestigingen ten opzichte van 1963 het grootst in de zakelijke dienstverlening. Naar werkgelegenheidsontwikkeling springt deze categorie er zelfs nog duidelijker uit. De bedrijfsklasse van de zakelijke dienstverlening omvatte in 1978 circa 55% van het totale aantal vestigingen en van het totale aantal werkzame personen in bedrijfstak 8.

Ook binnen bedrijfsklasse 84 komen zeer uiteenlopende situaties voor. Enig cijfermateriaal daaromtrent is bijeengebracht in bijlage 4. Het totaalbeeld van de ontwikkeling in bedrijfsklasse 84 blijkt in zeer sterke mate te hebben berust op twee bedrijfssubgroepen, te weten de ingenieurs- en architectenbureaus en de boekhoudbureaus. Te zamen nemen zij in 1978 rond 54% van het aantal vestigingen voor hun rekening en rond 60% van de werkgelegenheid. Vooral de eerste groep vertoont ten opzichte van 1963 een geweldige expansie. Naast de vele groepen die uit een relatief klein aantal bedrijven bestaan, kunnen nog genoemd worden de accountantsbureaus, die opvallen door een klein aantal vestigingen met echter vrij veel werkzame personen (7% van het totaal van bedrijfsklasse 84) en de reclame- en advertentiebureaus (12% van het aantal vestigingen en 6,3% van het aantal werkzame personen). Ook de economische adviesbureaus zijn ten opzichte van 1963 sterk opgekomen. Geheel nieuwe verschijningen in de bedrijfstelling van 1978 zijn de computerservicebureaus en de uitzendbureaus van arbeidskrachten. Beide hebben een vrij groot aandeel in het totaal van de bedrijfsklasse. De zeer sterke toename van het aantal vestigingen in groep 8499 (zakelijke diensten niet eerder genoemd), namelijk van 6 in 1963 (57 werkzame personen) tot 1308 (7892 werkzame personen) in 1978 wijst op de grote dynamiek in de sector van de zakelijke diensten. Het zal duidelijk zijn, dat voor zover de toeneming van het aantal ondernemingen en de daaraan verbonden werkgelegenheid voorgekomen is uit afstoting van interne dienstverlening en verzelfstandiging, deze dynamiek niet zonder meer als aanwijzing van economische groei kan worden beschouwd.

Zoals gezegd, zijn we voor de ontwikkelingen na 1978 aangewezen op het Algemeen Bedrijfsregister van het CBS. Dit is weliswaar iets vollediger dan de Bedrijfstelling, maar pas vanaf het jaar 1983 goed te gebruiken. Het is daardoor niet mogelijk een doorlopend beeld te schetsen van de ontwikkelingen sedert 1978. Bovendien vormt nu de onderneming de registratie-eenheid.

In tabel 6.2 worden eerst per bedrijfsklasse het aantal ondernemingen vermeld; tevens is vanaf 1981 afzonderlijk melding gemaakt van de ondernemingen met personeel.

Tabel 6.2 Totaal aantal ondernemingen en ondernemingen met personeel in loondienst in bedrijfstak 8 per bedrijfsklasse, 1981-1986

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	(1986)
	× 1000						1981 = 100
81 Bankwezen	.	.	13,5	14,7	16,0	16,8	
w.v. met personeel	2,0	1,9	1,9	2,0	2,2	2,5	125
82 Verzekeringswezen	.	.	11,0	11,4	11,6	11,8	
w.v. met personeel	2,8	2,9	2,9	2,8	2,8	3,0	104
83 Handel in onroerend goed	.	.	21,7	23,0	23,7	24,0	
w.v. met personeel	4,7	4,6	4,6	4,6	4,8	5,2	111
84 Zakelijke dienstverlening	.	.	32,0	33,5	37,5	38,2	
w.v. met personeel	13,7	13,8	14,1	14,2	15,3	15,5	113
85 Verhuurbedrijven	.	.	2,3	2,5	2,7	2,8	
w.v. met personeel	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	133
8 Totaal	.	.	80,5	85,1	91,5	93,6	
w.v. met personeel	23,7	23,7	24,1	24,3	25,9	26,8	113

Bron: CBS, Algemeen Bedrijfsregister.

Met ruim 40% van het totale aantal ondernemingen is bedrijfsklasse 84 veruit het omvangrijkst binnen het totaal van bedrijfstak 8. Kijken we alleen naar de ondernemingen met personeel in loondienst, dan zorgt de zakelijke dienstverlening voor bijna 58% van het totaal. Volgens de bedrijfstelling 1978 was het aandeel – weliswaar gemeten in vestigingen – rond 55%.

Opvallend is verder het zeer grote aantal ondernemingen zonder personeel in loondienst (70% van het totale aantal in bedrijfstak 8). Bij de zakelijke dienstverlening ligt dat percentage (60%) wat lager; het is overigens wel toegenomen. Het aantal ondernemingen zonder personeel in de zakelijke dienstverlening is de laatste jaren opvallend sterk gegroeid. Bedacht moet worden, dat in de gehele marktsector rond 55% van de geregistreerde ondernemingen geen personeel in loondienst heeft¹². De financiële en zakelijke dienstverlening lijkt dus bij uitstek een terrein voor de zeer kleine onderneming te zijn. Behalve aan verzelfstandiging zou de sterke clustering van ondernemingen zonder personeel in de bedrijfstak 8 ook toe te schrijven zijn aan de strategie van grote ondernemingen¹³. Fiscale en loontechnische overwegingen zouden wel eens belangrijke drijfveren kunnen zijn bij de oprichting van nieuwe ondernemingen in de zakelijke dienstverlening. Hoe dominant de onderneming zonder personeel in de gehele bedrijfstak 8 is, blijkt uit tabel 6.3.

Tabel 6.3 Ondernemingen zonder personeel in bedrijfstak 8, 1986

	x1000	in % van alle ondernemingen
Bankwezen	14	85
Verzekeringswezen	9	75
Onroerend goed	19	78
Zakelijke Dienstverlening	23	59
Verhuurbedrijven	2	74

Bron: CBS, Algemeen Bedrijfsregister.

6.3.2 *De positie van het midden- en kleinbedrijf in de zakelijke dienstverlening*

In welke mate is de zakelijke dienstverlening nu typisch het terrein voor kleine ondernemingen, dan wel voor de grotere? En welke trends tekenen zich af? In het voorgaande zijn aanwijzingen te vinden voor zowel de eerste als de tweede opvatting.

Binnen de bedrijfstak financiële en zakelijke dienstverlening (SBI 8) loopt de verhouding tussen grote ondernemingen en kleine ondernemingen nogal uiteen. Op basis van de uitkomsten van de Bedrijfstelling 1978 kunnen we ons allereerst een beeld vormen van de mate waarin de binnen bedrijfstak 8 onderscheiden bedrijfsgroepen enkele jaren geleden het terrein waren voor grote dan wel kleine ondernemingen. In bijlage 5 zijn enkele kengetallen bijeengebracht die werden ontleend aan de bedrijfstelling van 1978. Ongeveer 1% van alle vestigingen telde in dat jaar honderd of meer werkzame personen.

Binnen bedrijfstak 8 loopt de verhouding tussen groot-, midden- en kleinbedrijf nogal uiteen, zoals valt af te leiden uit zowel de bedrijfstelling van 1978 (bijlage 5) als het Algemeen Bedrijfsregister (ABR). Op basis van het ABR is de situatie per bedrijfsklasse als volgt te beschrijven.

Over het geheel genomen kan ongeveer 10% van het totale aantal ondernemingen in de bedrijfstak 8 als groot (meer dan 100 werkzame per-

¹² A. Nijsen, G. Regter en U. Struiken, *Het aantal ondernemingen, een indicator van economische groei?* Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1986.

¹³ Nijsen e.a., *op. cit.*

sonen) worden beschouwd. Met andere woorden, deze bedrijfsklasse bestaat overwegend uit kleine ondernemingen. De grote ondernemingen komen behalve bij het bank- en verzekeringswezen ook vrij veel voor bij de accountantskantoren (SBI 842) en de ingenieursbureaus (SBI 844). Daarnaast kan worden vastgesteld, dat ongeveer 82% van alle ondernemingen in bedrijfstak 8 wordt gevormd door ondernemingen zonder nevenvestiging. In tegenstelling tot het bankwezen is ook de bedrijfsgroep verzekeringsmaatschappijen en pensioenfondsen (SBI 821) gekenmerkt door het overwegen van ondernemingen zonder nevenvestiging. Daarentegen bestaat de bedrijfsgroep 848 (uitzendbureaus) in belangrijke mate uit meervestigingsondernemingen.

Het *bankwezen* wordt gekenmerkt door het voorkomen van een beperkt aantal grote banken, met elk een groot aantal vestigingen, naast een zeer groot aantal kleine tot zeer kleine ondernemingen met slechts één vestiging. De kleine ondernemingen vindt men vooral in de sfeer van de overige krediet- en financieringsinstellingen en de financiële hulpbedrijven. Van alle ondernemingen in het bankwezen (1986: 16.810) heeft ongeveer 85% geen personeel in dienst.

Ook het *verzekeringswezen* kent naast een beperkt aantal ondernemingen met meer dan honderd werknemers (1986: 80) een zeer groot aantal kleine ondernemingen. Van de in 1986 geregistreerde 11.758 ondernemingen hebben er 8.796 (75%) geen personeel in dienst, terwijl 2621 ondernemingen (22%) 1 tot 10 werknemers tellen. De kleine ondernemingen treft men vooral aan bij de assurantietussenpersonen, die het intermediair vormen tussen de verzekeraars en de veelal particuliere cliënten. In weerwil van deze functie kunnen zij niet tot de intermediaire dienstverlening worden gerekend, omdat zij niet primair op het bedrijfsleven gericht zijn.

De *exploitatie van en handel in onroerend goed* is in nog sterkere mate dan het bank- en verzekeringswezen een sector van het midden- en kleinbedrijf. Van de 24.032 in 1986 geregistreerde ondernemingen in deze bedrijfsklasse kunnen er slechts 23 tot het grootbedrijf gerekend worden. Daarentegen bestaat 78% uit ondernemingen zonder personeel en nog eens 19% valt in de categorie van het kleinbedrijf. In belangrijke mate zijn de ondernemingen in deze bedrijfsklasse op de woningmarkt gericht. Een minderheid is actief op de bedrijfsgebouwenmarkt.

De *zakelijke dienstverlening* onderscheidt zich in verschillende opzichten van de voorgaande bedrijfsklassen. In de eerste plaats is deze - op zich uit meer ondernemingen bestaande - sector gekenmerkt door een naar verhouding groter aantal grote ondernemingen. Van de 38.153 in 1986 geregistreerde ondernemingen kunnen er 269 (0.7%) tot het grootbedrijf worden gerekend. Het aantal ondernemingen zonder personeel is weliswaar groot (22.676) maar procentueel (59%) ligt dit toch onder dat in de andere bedrijfsklassen. Nog eens 34% van alle ondernemingen kan tot het kleinbedrijf worden gerekend.

Van de ondernemingen met personeel in bedrijfsklasse 84 met personeel behoort ongeveer 83% tot het kleinbedrijf (minder dan 10 personen in loondienst). Grote ondernemingen treffen we vooral aan in de subgroepen 842 (accountantsbureaus), 844 (ingenieurs- en architectenbureaus) en 848 (uitzendbureaus). Het verschijnsel van de meervestigingsorganisatie komt in de zakelijke dienstverlening slechts op beperkte schaal voor (zie tabel 6.4).

De *verhuurbedrijven* ten slotte zijn weer in overwegende mate te rekenen tot het kleinbedrijf. Het aantal ondernemingen zonder personeel besloeg in 1986 74% van het totaal, terwijl 22% minder dan tien werknemers telde. Het ABR vermeldt in totaal slechts vier grote ondernemingen.

6.3.3 De werkgelegenheid

Uit het voorgaande bleek dat, naar het aantal ondernemingen gezien,

Tabel 6.4 Het aantal ondernemingen en vestigingen in de zakelijke dienstverlening (bedrijfsklasse 84), 1983-1986

	Ondernemingen	Vestigingen
	× 1000	
1983	32	36
1984	34	37
1985	38	41
1986	38	42

Bron: CBS, Algemeen Bedrijfsregister.

het midden- en kleinbedrijf zeer sterk is vertegenwoordigd in de sector ,van de financiële en zakelijke dienstverlening. Van alle ondernemingen in bedrijfstak 8 nemen zij ongeveer 90% voor hun rekening. Een geheel ander beeld wordt verkregen, wanneer men het aandeel van het midden- en kleinbedrijf in de totale werkgelegenheid bekijkt. Volgens gegevens van het EIM kan dat aandeel voor 1984 op 46% worden gesteld. In dat opzicht speelt het midden- en kleinbedrijf dus niet zo'n grote rol. Bovendien is dat percentage in de loop van de jaren verminderd (1970: 50%)¹⁴.

Binnen bedrijfstak 8 loopt het aandeel van het mkb in de diverse bedrijfsklassen zeer uiteen (zie ook hoofdstuk 2, tabel 2.12). Bij het bankwezen is het aandeel in de totale werkgelegenheid slechts een kleine 8% en bij het verzekeringswezen bijna 33%. In de bedrijfsklasse 83 (onroerend goed) is het aandeel van het MKB zeer hoog: 89%. In de bedrijfsklasse zakelijke diensten en verhuurbedrijven ten slotte neemt het MKB met 59% van de totale werkgelegenheid meer een tussenpositie in.

Uit de EIM gegevens over de werkgelegenheid van bedrijfstak 8 blijkt verder, dat de toename van het aantal werkzame personen in het mkb minder groot is geweest dan die van het totaal, inclusief het grootbedrijf. Ten opzichte van 1970 steeg het de werkgelegenheid in het mkb met 47%, tegen ruim 61% in alle bedrijven.

Ook in de bedrijfsklassen van de zakelijke dienstverlening en de verhuurbedrijven bleef de groei van de mkb-werkgelegenheid (62% t.o.v. 1970) achter bij die van alle bedrijven (73%).

Bovenstaande gegevens lijken er op te wijzen, dat de toeneming van het aantal mkb-ondernemingen in de financiële en zakelijke dienstverlening niet gepaard is gegaan met een evenredige toeneming van de werkgelegenheid. De ontwikkelingen in de werkgelegenheid lijken eerder te wijzen op een versterkte positie van het grootbedrijf en daarmee op een schaalvergrotingsproces in deze tak van dienstverlening.

Wanneer we verder bedenken, dat de toeneming van de bedrijvigheid in de financiële en zakelijke dienstverlening voor een deel althans moet worden toegeschreven aan afstoting van taken door grote ondernemingen buiten bedrijfsklasse 8, dienen we de groei van de activiteiten binnen deze sector toch met de nodige omzichtigheid te interpreteren.

6.4 Enkele aspecten van de aanbodzijde

Drie aspecten gelegen aan de aanbodzijde van de financiële en zakelijke dienstverlening die sterk hebben bijgedragen tot de belangstelling voor deze bedrijfstak zijn de werkgelegenheid, de huisvestingsvorm en het innovatief vermogen. Het belang van de werkgelegenheidsfunctie is niet alleen af te meten aan het sterk gestegen aantal werkzame personen, maar vooral ook aan de kwaliteit van het soort werk. Dat komt dan vooral tot uiting in de opleidingseisen en de salariering. Volgens

¹⁴ *Werkgelegenheid en arbeidsvolume in het midden- en kleinbedrijf, 1960-1980*; door A. Bol, A. Nijsen, G. Regter e.a., Zoetermeer, Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1982; aangevuld met geactualiseerde cijfers.

De Jong is de loonintensiteit van de zakelijke dienstverlening sterk variabel ¹⁵. Gemiddeld is 50% van de omzet voor arbeidskosten bestemd. Het belang van de huisvestingsvorm is de inpassing van de kantoorgebouwen in de ruimtelijke orde van de stad. Het innovatief vermogen vormt een belangrijk thema vanwege de aan deze sector toegekende grote potentie op dit terrein.

6.4.1 *Het arbeidsaspect*

De financiële en zakelijke dienstverlening is een arbeidsintensieve activiteit, waarvoor vaak zeer gespecialiseerde kennis vereist is. Bedrijfstak 8 wordt daardoor niet alleen gekenmerkt door een relatief omvangrijke en groeiende werkgelegenheid, maar ook door een relatief hoog opleidingsniveau van de in deze sector werkzame personen. Door de technologische ontwikkelingen op het gebied van de informatiever-schaffing en door de internationalisering in de zakelijke dienstverlening neemt de behoefte aan hooggekwalificeerd personeel nog steeds toe. Overigens moet worden bedacht, dat deze tendensen niet in alle onderdelen van bedrijfstak 8 even sterk zijn en dat er eveneens vele functies uitgeoefend worden waarvoor een middelbare of lagere opleiding toereikend is. Bovendien gaat het in de gehele bedrijfstak in 1985 om 40.000 zelfstandigen, 4000 meewerkende gezinsleden en bijna 200.000 in loondienst werkzame personen, waarvan 11.000 directeurs NV/BV. In vergelijking met de totale werkgelegenheid ligt in de financiële en zakelijke dienstverlening de nadruk zeer sterk op de administratieve beroepen. Volgens de Arbeidskrachtentelling 1981 oefende 54% van de in bedrijfstak 8 werkzame personen een administratieve functie uit, tegen bijna 19% in de totale werkzame bevolking. Behalve de administratieve functies zijn ook de beleidvoerende en leidinggevende functies en de vakspecialistische functies oververtegenwoordigd in bedrijfstak 8.

Tabel 6.5 Concentratiegetallen voor functies in bedrijfstak 8

Wetenschappelijke en vakspecialisten	123
Beleidvoerende en leidinggevende functies	157
Administratieve functies	290
Commerciële functies	78
Dienstverlenende functies	35
Industriële functies, transportfuncties e.d.	16

Bron: CBS, Arbeidskrachtentelling 1981.

De verhouding zelfstandigen en medewerkende gezinsleden op de in loondienst werkzame personen was voor bedrijfsklasse 8 in 1981 1 op 9.27, tegen 1 op 8.15 in de totale werkzame populatie.

Naar het opleidingsniveau van de werkzame personen onderscheiden de financiële en zakelijke diensten zich door een oververtegenwoordiging van de hoger opgeleiden. In tabel 6.6 is dit tot uiting gebracht door de procentuele verdeling van de verschillende opleidingscategorieën (Standaard Onderwijsindeling 1978) in bedrijfstak 8 af te zetten tegen de verdeling van de totale populatie.

Naar geslacht bezien zijn de hoger opgeleiden in overwegende mate mannen. Van alle in bedrijfstak 8 werkzame vrouwen had 8,8% een hogere opleiding, tegen 26,7% van de mannen.

Volgens De Haan en Tordoir wordt de bedrijfsklasse van de zakelijke

¹⁵ G. de Jong, 'De economische betekenis van de zakelijke dienstverlening'; in *Geografie en Kantoren*; onder redactie van J.H.J. van Dinteren & H.W. ter Hart, Nederlandse Geografische Studies, Amsterdam, Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap/Nijmegen, Katholieke Universiteit, 1986.

Tabel 6.6 Concentratiegetallen van opleidingscategorieën in bedrijfstak 8

1. Tot en met lager onderwijs	36
2. Tot en met mavo	86
3. Havo, vwo, mbo	131
4. Hbo	123
5. Hoger onderwijs	182

Bron: CBS, Arbeidskrachtentelling 1981 (tabel 33).

dienstverlening gekenmerkt door een stijgend belang van adviesfuncties en van hogere leidinggevende functies, een gelijkblijvend tot iets afnemend belang van het middenkader en een afnemend belang van uitvoerende functie¹⁶.

In de branche van de *assurantietussenpersonen* wordt als gevolg van de automatisering een groeiende vraag naar hoger opgeleid personeel verwacht. De daartoe vereiste investeringen in automatisering en daartoe vereiste automatiseringskennis zal echter niet door alle, over het algemeen kleine, assurantiekantoren kunnen worden opgebracht¹⁷. Vanuit de branche wordt verwacht, dat slechts een klein deel van de assurantie-kantoren de automatiseringstrend zal kunnen volgen.

In de *accountantsbedrijven* en daarmee nauw verwante bedrijven is de vraag naar personeel met een hogere opleiding groot. De aard van de werkzaamheden die de accountantsonderneming moet verrichten leidt tot een verbreding van de accountantsfunctie, vanuit de basisfunctie (controle van jaarrekeningen) tot een steeds breder terrein van advisering op fiscaal, juridisch, bedrijfseconomisch en bedrijfsorganisatorisch en automatiseringsgebied. Naast generalisten vraagt deze taakverbreding ook om specialisten. Vooral het terrein van de automatisering is specialistenwerk bij uitstek geworden.

Het kleine accountantskantoor zal zich in het licht van het gestegen eisenpakket slechts met moeite kunnen handhaven.

In de *automatiseringsbedrijven* wordt een steeds grotere behoefte aan zeer gespecialiseerd personeel voorzien. Detachering van deskundig personeel bij cliëntenbedrijven is thans een veel voorkomende praktijk in deze branche. Van 1983 tot 1986 nam het aantal automatiseringsbedrijven toe van 700 à 800 tot 2000, waarvan de meeste zich met detachering bezighouden. Deze hausse wordt toegeschreven aan een inhaalproces in het bedrijfsleven¹⁸. Er is een streven om de automatiseringsactiviteiten van de bedrijven geheel over te nemen (facilities management). Ook de overheid richt zich voor dat doel meer en meer op de automatiseringsbedrijven.

6.4.2 *Het huisvestingsaspect*

Met het oog op de aard van de huisvesting worden de bedrijven in de financiële en zakelijke dienstverlening ook wel aangeduid als de kantorensector. Ten aanzien van het laatstgenoemde begrip moet nog worden opgemerkt, dat tot de kantorensector in de praktijk ook de hoofdkantoren van grote industriële en handelsondernemingen gerekend worden, naast de vestigingen van de vele zelfstandige dienstverleningsondernemingen. Het begrip kantorensector is zodoende dus iets meer omvattend dan zakelijke en financiële dienstverlening. Het kan bovendien in sterke mate geassocieerd worden met een bepaald deel van de onroerend goed markt, namelijk die bedrijfsaccomodaties die zich goed lenen voor huisvesting van kantoorhoudende dienstverleners.

In grote trekken kunnen de ondernemingen in de financiële en zakelijke dienstverlening worden gelijkgesteld met de kantorensector. Ze oefenen hun werkzaamheden uit in gebouwen die voor dat doel zijn ingericht

¹⁶ De Haan en Tordoior, *op. cit.*

¹⁷ Snel, *op. cit.*

¹⁸ *Economisch Dagblad*, 7 oktober 1986.

en in veel gevallen ook gebouwd. Een zeer groot deel van de kleinere ondernemingen echter is gevestigd in (voormalige) woonhuizen. De zeer kleine ondernemingen zijn gewoonlijk in de woning van de ondernemer zelf gevestigd. De meest voorkomende huisvestingsvorm is echter een voormalig, relatief groot woonhuis dat over een voldoende aantal vertrekken beschikt. De kantoren en praktijken van advocaten, notarissen, accountants, belastingconsulenten, makelaars, architecten, adviseurs enzovoort zijn veelal gevestigd in panden waarin enkele decennia geleden het gegoede deel van de burgerij woonde. Daardoor zijn deze kantoren nu vaak te vinden langs grachten, langs uitvalswegen of in oudere villa- buurten. Aan dergelijke vestigingsmilieus wordt vaak een zekere representativiteit en status toegekend¹⁹.

In het midden van de jaren zestig ontstond in toenemende mate weerstand tegen het onttrekken van de bovenbedoelde panden aan de woningmarkt. De woonfunctie van bepaalde stadsdelen dreigde door deze zogenaamde 'verkantoring' te worden aangetast. Vele gemeenten zagen hierin aanleiding om via hun ruimtelijke ordeningsbeleid het proces te keren.

Thans wordt ingezien, dat het handhaven van de woonbestemming dikwijls bemoeilijkt wordt door de relatief hoge woonlasten (energie, onderhoud). Bewoning door categorieën die deze lasten niet op kunnen brengen zou op den duur tot veel achterstallig onderhoud en verval kunnen leiden van panden die dikwijls een belangrijke bijdrage leveren aan een gevarieerd stadsbeeld. Een ruimere acceptatie van een kantoorfunctie zou dit bezwaar minder groot maken. Inmiddels is de houding van vele gemeenten in deze reeds bijgesteld, mede onder invloed van de werkgelegenheidsproblematiek. Tegelijkertijd lijkt onder de gebruikers van voormalige woonhuizen voor bedrijfsdoeleinden steeds meer oog te komen voor de relatief hoge huisvestingskosten. Een vestiging in een modern kantorenpand wordt dan een reëel alternatief. Renovatie van villakantoorpanden, zodat deze een aanvaardbare accommodatie kunnen blijven voor kleine en middelgrote kantoren, lijkt een belangrijke bijdrage te kunnen leveren aan het stedelijke beheer²⁰.

Daar staat weer tegenover dat door de kantoorautomatisering zeer specifieke eisen worden gesteld aan kantoorgebouwen. De randvoorwaarden voor een optimale huisvesting worden meer en meer bepaald door eisen inzake bekabeling, klimaatbeheersing en belichting. Ook worden nieuwe eisen gesteld aan de inrichting van de kantoorruimten. Gesteld wordt dat vele van de bestaande kantoorgebouwen niet aan deze eisen voldoen²¹. Dit geldt in het bijzonder voor de kantoren in voormalige woonhuizen.

Voor zover kantoorautomatisering noodzakelijk is voor bedrijven in bedrijfstak 8, zullen eventuele aanpassingen van de huisvesting (inrichting, lokatie) vooral de kleine ondernemingen voor problemen stellen.

6.4.3 *Innovatief vermogen*

Innovaties komen in het economische proces in verschillende vormen voor. Gewoonlijk worden vier categorieën onderscheiden:

- *produktinnovaties*, ontwikkeling en verspreiding van nieuwe producten, goederen, zowel als diensten;
- *procesinnovaties*, invoering van nieuwe produktiemethoden ten aanzien van goederen zowel als informatie en andere diensten;
- *organisatorische innovaties*, invoering van nieuwe werkverbanden, binnen de ondernemingen en tussen verschillende ondernemingen;

¹⁹ *Kantoren en de binnenstedelijke randzone*; onder redactie van J.H.J. van Dinteren; Nijmegen, Geografisch Instituut Katholieke Universiteit Nijmegen, 1985.

²⁰ H.J. de Boer, 'Renovatie van kantoorgebouwen in de binnenstedelijke randzone'; in *Kantoren en de binnenstedelijke randzone*, op. cit., blz. 45-55.

²¹ P. Botermans en P.J.A. Koenders, *Informatietechnologie en het productkantoor*; Amsterdam, 1985.

- *marketing innovaties*, vernieuwingen in de wijze waarop bekendheid wordt gegeven aan produkten, produktieprocessen en produktieverbanden.

Alle vier genoemde vormen van innovatie komen voor in de sector van de financiële en zakelijke dienstverlening en zijn van invloed op de positie en kansen van het midden- en kleinbedrijf in deze sector. Ze worden deels in deze sector ontwikkeld en voor een deel toegepast door ondernemingen uit deze sector. Overigens is er geen reden om te veronderstellen dat ondernemers in de zakelijke dienstverlening innovatiever zijn dan in andere sectoren^{22, 23}. Wel wordt het innovatief potentiëel in deze sector groot geacht²⁴. Voor de kleinere ondernemingen zij in het geval van automatisering de hoge programmatuurkosten volgens Poutsma een blijvend probleem²⁵.

Produktinnovaties: bij produktinnovaties zal men gewoonlijk in de eerste plaats denken aan nieuwe industriële produkten. Op het gebied van de dienstverlening ontstaan echter evenzeer regelmatig nieuwe diensten, zowel consumentendiensten als producentendiensten. Als nieuwe diensten kunnen worden beschouwd al die diensten die tot dan toe niet aangeboden werden.

Vanuit de ondernemingen op het gebied van de financiële en zakelijke dienstverlening blijken steeds weer opnieuw mogelijkheden tot innovatie van het dienstenpakket te worden gevonden. Vooral computer servicebureaus en organisatiebureaus zijn actief in het ontwikkelen van nieuwe diensten: trainingscursussen, aanbieden van interim management, doorzetten van logistieke prestaties, facilities management, outplacement. Daarbuiten treffen we nieuwe diensten aan in de marketing (business to business marketing), verhuur van kantoorruimte (complete kantoorfaciliteiten per dag) of in de verzekeringsfeer (wa-verzekering voor bestuurders en commissarissen).

Procesinnovaties: deze hebben allereerst betrekking op informatieverwerking in de administratie. In de zakelijke dienstverlening (bedrijfsklasse 84) maakt een derde deel van de kleine en middelgrote ondernemingen gebruik van automatisering²⁶. Het computerbezit wordt met 22% in 1985 hoog geacht, terwijl een snelle stijging wordt voorzien. Naarmate de onderneming kleiner is neemt de automatiseringsgraad af²⁷. Behalve in de accountantsbranches worden ook tekenen van snelle inschakeling van computers (o.a. Computer Aided Design) gesignaleerd bij de architectenbureaus. De ingenieursbureaus waren in dit opzicht al voorgegaan. De computerservicebedrijven zijn uiteraard niet slechts toepassers, maar vooral ook ontwikkelaars van nieuwe informatiesystemen, onder andere op het gebied van de vastgoedinformatie en het afwikkelen van beursorders per computer.

Organisatorische innovaties: deze doen zich vooral voor in de vorm van allerlei samenwerkingsverbanden tussen min of meer gespecialiseerde ondernemingen. Op grote schaal tekenen deze samenwerkingsverbanden zich af tussen accountantskantoren, belastingconsulenten en organisatiebureaus. In veel gevallen krijgen deze samenwerkingsverbanden een internationaal karakter. Op de samenwerkingsverbanden tussen notarissen, advocaten en fiscalisten is reeds gewezen.

In de branche van de ingenieursbureaus worden samenwerkingsverbanden gecreëerd voor bepaalde vraagstukken (milieuvraagstukken, lawaai-

²² J.A.A.M. Kok, G.J.D. Offerman en P.H. Pellenbarg, *Innovatieve bedrijven in het grootstedelijke milieu*; Groningen, Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen, 1985.

²³ *Procesinnovatie middels automatisering in het midden- en kleinbedrijf*; door E.

Poutsma, P. van der Staal e.a.

²⁴ M. Vrolijk, 'Produktinnovaties in het midden- en kleinbedrijf', *Economisch-Statistische Berichten* 12 november 1986 jaargang 71, nr 3581, blz. 1103-1105.

²⁵ Poutsma e.a., *op. cit.*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

bestrijding) of om het dienstenpakket te verbreden. In de informatica-sector heeft de franchise-onderneming haar intrede gedaan.

Marketing innovaties: gewezen kan worden op de introductie van telemarketing en videomarketing.

6.5 De vraag naar zakelijke diensten

De vraag naar financiële en zakelijke diensten wordt in belangrijke mate bepaald door ontwikkelingen in het externe produktiemilieu van de ondernemingen die deze diensten aanbieden. Zij kunnen weliswaar trachten door innoverend optreden de vraagontwikkeling actief te beïnvloeden, in de meeste gevallen wordt hun activiteit ingegeven door externe processen. Deze maken deel uit van het economische en maatschappelijke systeem waarbinnen alle ondernemingen functioneren. Terwille van de continuïteit van de onderneming zijn ook producenten van financiële en zakelijke diensten genoodzaakt zich voortdurend op de implicaties van deze externe ontwikkelingen te beraden.

Voor ondernemingen in de financiële en zakelijke dienstverlening zijn de volgende factoren in het produktiemilieu van belang:

1. structurele ontwikkelingen in het overige bedrijfsleven;
2. technologische ontwikkelingen op het gebied van informatieproductie;
3. regulering en deregulering met betrekking tot de productie van goederen en diensten;
4. grensoverschrijdende schaalvergroting van het bedrijfsleven.

De vraag naar financiële en zakelijke diensten wordt in belangrijke mate bepaald door deze vier factoren, die niet los van elkaar gezien kunnen worden. In deze paragraaf zal worden getracht een kwalitatieve beschrijving van deze factoren te geven, in het bijzonder in relatie tot het mkb.

6.5.1 Structurele ontwikkelingen in het overige bedrijfsleven

Als doelgroep voor de ondernemingen uit bedrijfstak 8 kunnen worden beschouwd alle overige ondernemingen en bedrijven, alsmede de overheid. Uiteraard kunnen ook ondernemingen uit bedrijfstak 8 zelf tot de potentiële cliëntèle van iedere individuele onderneming op het gebied van financiële en zakelijke dienstverlening worden gerekend. De vraag naar accountants- en belastingadviesdiensten is het minst conjunctuurgevoelig. Zij berust immers grotendeels op wettelijke voorschriften. De overige zakelijke diensten zijn echter wel erg gevoelig voor de ups en downs in de marktsector.

Het vraagvolume in zijn totaliteit wordt allereerst bepaald door het totale *aantal ondernemingen* (en overheidsinstellingen) en de kwantitatieve ontwikkeling daarvan. Sedert 1983 is het totale aantal ondernemingen in de marktsector (inclusief bedrijfstak 8) met ongeveer 5% toegenomen. Zonder bedrijfstak 8 bedroeg de toename 2,5%.

In hoeverre deze toename van het aantal ondernemingen een evenredige toename van het vraagvolume betekent kan niet zonder nader onderzoek vastgesteld worden. Aangezien de aanwas vooral teweeggebracht is door de kleine ondernemingen, is het plausibel dat dit accres niet gepaard is gegaan met een even grote uitbreiding van de financiële en zakelijke dienstverlening. Overigens is weinig bekend over de relatie tussen de omvang van de onderneming en de vraag naar financiële en zakelijke diensten. Vermoedelijk blijft die vraag bij de zeer kleine ondernemingen wat achter, terwijl ze bij de grote ondernemingen door interne dienstverlening ook wat minder groot is dan men louter op basis van de omvang zou verwachten.

In de tweede plaats mag worden gesteld, dat de vraag naar intermediaire diensten in het algemeen een nauwe samenhang zal vertonen met het verloop van de *bedrijfsresultaten*. Verbetering van de bedrijfsresultaten zal als regel gepaard gaan met een grotere vraag naar producentendiensten. Maar ook kan het onbevredigende karakter van de bedrijfsresultaten op een gegeven ogenblik leiden tot inschakeling van een externe adviseur.

Naast deze kwantitatieve factoren zijn er ook enkele meer structurele ontwikkelingen te noemen.

De door de overige ondernemingen te genereren vraag naar financiële en zakelijke diensten, berust allereerst in belangrijke mate op allerlei *veranderingen in de huisvesting en organisatie* van de bedrijven. Als zodanig zijn onder meer te noemen:

- herhuisvesting in nieuwe bedrijfspanden;
- herinrichting van bestaande bedrijfsaccommodaties, in verband met kantoorautomatisering (bekabeling, plaatsing hardware) en herindelings van werkverbanden;
- automatisering van de bedrijfsadministratie en opleiding van administratief personeel;
- reorganisatie van de werkzaamheden en taakgroepenstructuur ('management consultancy').

Een tweede ontwikkeling in het bedrijfsleven waar een toenemende vraag naar zakelijke diensten gesignaleerd wordt betreft de *werving van hooggekwalificeerd personeel*. In een groot aantal gevallen nemen gespecialiseerde wervingsbureaus de taak op zich om door bedrijven gezochte kandidaten op te sporen, buiten advertentieprocedures om, door 'head hunting' of uit speciale, zelf opgebouwde bestanden.

Andere bureaus daarentegen zijn gespecialiseerd in 'outplacement' van overbodig geworden topfunctionarissen.

Een derde aspect is de *marketing- en exportstrategie* van de binnenlandse ondernemingen, die de behoefte aan op bepaalde markten gerichte informatie doet toenemen. Die behoefte wordt groter naarmate het Nederlandse bedrijfsleven zich meer op de buitenlandse markt begeeft niet alleen voor exportdoeleinden, maar ook door investeringen (par. 6.5.4).

In de vierde plaats moet worden gewezen op de *verschuivingen in de interne dienstverlening* van grote ondernemingen. In het recente verleden heeft de schaalvergroting in de organisatie van het bedrijfsleven (concernvorming) de mogelijkheid geboden allerlei intermediaire diensten uit de eigen organisatie te betrekken. In de laatste jaren ontstond een toenemende neiging tot uitbesteding van dienstverlening aan externe ondernemingen. Vooralsnog is deze trend beperkt tot onderhouds- en schoonmaakdiensten. Voor de toekomst wordt een langzame verhoging van het uitbestedingsniveau in bedrijfsvreemde activiteiten verwacht²⁸. Voor de zakelijke dienstverlening lijkt hierbij vooral aan automatiseringswerkzaamheden te moeten worden gedacht. Er is echter niet slechts sprake van verschuiving van interne naar externe dienstverlening. Volgens De Haan en Tordoir doet dat zich wel overwegend voor in gevallen van relatief routinematige diensten²⁹. Bij kennisintensieve diensten is volgens deze auteurs veeleer sprake van wederzijdse versterking van interne adviserende functies en externe zakelijke diensten.

6.5.2 De technologische ontwikkeling op het terrein van de informatieproductie

Als informatieproducerende bedrijfstak is de sector van de financiële en zakelijke dienstverlening in dubbele zin betrokken bij automatisering. Automatiseringsdiensten worden geproduceerd vanuit deze bedrijfstak, als dienstverlening aan grotere ondernemingen. Ze vinden echter ook op grote schaal toepassing in de financiële en zakelijke dienstverlening zelf. Dat geldt dan vooral voor de administratieve functies, waaraan deze bedrijfstak zo rijk is. Administratieve automatisering is bovendien een mogelijkheid die in het bijzonder voor de grotere ondernemingen aantrekkelijk is. De geautomatiseerde informatieproductie en -distributie zal in de komende jaren sterk beïnvloed worden door de steeds ruimere verspreiding

²⁸ Vakgroep Commerciële Beleidsvorming, *Zelf doen of uitbesteden*; Rotterdam, Erasmusuniversiteit, 1986.

²⁹ De Haan en Tordoir, *op. cit.*

van computers. Dat zal in het vraagpatroon met betrekking tot zakelijke diensten vermoedelijk tot uiting komen in een zekere tweedeling. Aan de ene kant gaat het om voor standaardisering vatbare diensten, waarbij de nadruk ligt op het rangschikken, bewerken, selecteren en doorgeven van informatie-op-maat aan de cliënt. Deze zal dank zij de telematica in staat zijn de gewenste informatie te verkrijgen, op iedere lokatie en met uitschakeling van de gebruikelijke tussenpersonen. Voor deze wijze van informatieverschaffing dient men te kunnen putten uit grote bestanden van snel actualiseerbare informatie. Deze ontwikkeling zal zich vooral voordoen op terreinen met een groot aantal vragers. Daarom lijkt deze ontwikkeling vooral van toepassing op consumentverzorgende vormen van (zakelijke) dienstverlening, bijvoorbeeld makelaardij, assurance en bankwezen. Hoewel de hiervoor geschetste tendens niet geheel afwezig is in de vraag naar zakelijke diensten vanuit het bedrijfsleven, zullen het standaardiseringsproces en het uitschakelijkseffect in de bedrijfsgerichte dienstverlening minder groot zijn. De hiervoor benodigde informatie is van een relatief hoogwaardig karakter en kan veel minder in standaardprogramma's worden vervat. De behoefte aan hoogwaardige bedrijfsinformatie-op-maat zal, naar wordt verwacht, in de bedrijven die zich uitsluitend of hoofdzakelijk bezighouden met dit type informatie-overdracht een positief effect op de werkgelegenheid behouden. In dit verband kan ook nog worden gewezen op het verschijnsel 'telefax', een techniek om documenten langs een speciale lijn over te seinen zonder dat ze, zoals bij telexverkeer, nog woord voor woord behoeven te worden ingetoetst. Toepassing hiervan levert tijd en kostenbesparing op bij de verzending.

Poutsma en anderen merken op dat de automatiseringsmogelijkheden beperkt zullen blijven in die gevallen waar de produktie weinig gestandaardiseerd is³⁰. Dat geldt zeker voor de zakelijke dienstverlening. Aan de andere kant merken zij op, dat ook zeer gespecialiseerde activiteiten, die een op maat gesneden aanpak vereisen, door automatisering gesteund kunnen worden. Met behulp van computers kunnen tijdrovende activiteiten, zoals het schrijven van bestekken, het uittekenen van verschillende varianten, het verzorgen van de boekhouding, het opstellen van alternatieve begrotingen en dergelijke efficiënter worden aangepakt. Doch ook hier geldt dat het vooral de grotere ondernemingen zijn die voor deze aanpak ontvankelijk zijn.

De effecten van de automatisering doen zich met betrekking tot de kleine ondernemingen in bedrijfstak 8 vooral voor met het oog op de potentiële verruiming van hun werkterrein. Op automatisering gespecialiseerde bedrijven, zoals accountantskantoren, boekhoudbureaus en de computerservicebureaus vinden ruime mogelijkheden om hun expertise aan te bieden bij andere ondernemingen voor administratie en voorraadbeheer. Via nieuwe communicatietechnieken zullen bepaalde zakelijke diensten vanuit Nederland kunnen worden verleend aan cliënten over de gehele wereld. Anderzijds kunnen Nederlandse cliënten zich desgewenst ook door dienstverlening uit het buitenland laten helpen. In de zakelijke dienstverlening mag zodoende een toenemende internationale concurrentie worden verwacht³¹.

6.5.3 *De wet- en regelgeving*

De verlening van financiële en zakelijke diensten is onderworpen aan een aantal door de overheid gestelde omstandigheden en voorwaarden. Deze wet- en regelgeving bepaalt mede de toetreding van nieuwe ondernemingen tot de dienstenmarkt, alsmede de verruiming van de mogelijkheden op het terrein van de zakelijke dienstverlening. Daarnaast zijn de ondernemingen, bedrijven en praktijken uit bedrijfstak 8 van oudsher sterk georganiseerd geweest in beroepsorganisaties.

³⁰ Poutsma e.a., *op. cit.*

³¹ Gravensteijn-Ligthelm e.a., *op. cit.*

Dat geldt vooral voor de zogenaamde vrije beroepen. Te noemen zijn de Orde van Advocaten, de Notariële Broederschap, de Nederlandse Orde van Belastingadviseurs, het Nederlands Instituut van Registeraccountants, Nederlandse Organisatie van Accountants-Administratieconsulenten, de Nederlandse Ingenieursvereniging, de Nederlandse Vereniging van Assurantieadviseurs, het Koninklijk Instituut voor Ingenieurs, Nederlandse Vereniging van Erkende Reclame-Adviesbureaus, Nederlandse Vereniging van Makelaars in Assurantiën, de Raad van Organisatie-Adviesbureaus, de Algemene Bond van Uitzendbureaus. Deze organisatiestructuur vormt min of meer een afspiegeling van de traditioneel gegroeide werkterreinen en branches. Elke branche stond voor een eigen duidelijk afgebakend terrein van dienstverlening. Dikwijls waren de werkterreinen en taakafbakening reglementair en zelfs wettelijk vastgelegd. Inmiddels is de dynamiek op de dienstmarkt niet voorbijgegaan aan de traditionele organisatiestructuur van de wereld van de financiële en zakelijke dienstverlening. Allerlei traditionele grenzen verdwijnen. Zo is in 1986 de Gedrags- en Beroepsregeling (GBR) van de registeraccountants gewijzigd, waardoor de strikte scheiding tussen deze academisch gevormde accountants en de accountants met hbo-opleiding opgeheven werd. Na een aanvullende opleiding verkrijgen ook de accountants-administratieconsulenten het recht om de jaarrekeningen van ondernemingen te voorzien van een getrouwheidsverklaring. Dat keurmerk is sinds het van kracht worden van een EEG-richtlijn in 1984 ook voor vele ondernemingen in het midden- en kleinbedrijf noodzakelijk. Voor de registeraccountants betekende dit een aanzienlijke marktvergroting, voor de accountants-administratieconsulenten behoud van een traditionele markt. De verruiming van de GBR impliceert de mogelijkheid van samenwerking tussen beide categorieën accountants onder de naam van een en hetzelfde kantoor³². Elders op het terrein van de zakelijke dienstverlening kan worden geconstateerd dat belastingadviseurs op grote schaal zijn aangesloten bij grote accountantsmaatschappijen. De fiscale advisering komt daardoor steeds meer in de sfeer van de accountancy te liggen. Dit leidt er dan weer toe dat andere beroepsgroepen met fiscale adviespraktijken, te weten notarissen en advocaten hun aandeel in dat deel van de markt dreigen te verliezen. Mede in reactie hierop tekent zich een neiging tot samenwerking af tussen notarissen, advocaten en belastingadviseurs. Met name in de grote steden worden dergelijke samenwerkingsverbanden meer en meer aangetroffen, onder handhaving van de zelfstandigheid van de betrokken beroepsgroepen. Een meer geïntegreerde adviesverlening op fiscaalrechtelijk gebied zou vooral tegemoet komen aan de behoefte van buitenlandse ondernemingen. Een actievere participatie hierin van de zijde van het notariaat zou een groter aantal notarisstandplaatsen met zich kunnen brengen³³. Elders op het terrein van de financiële en zakelijke dienstverlening zijn de traditionele terreinafbakening tussen het bank- en verzekeringswezen nog sterker in beweging gekomen dan ze al waren, als gevolg van de voornemens tot wijziging van het structuurbeleid van de Nederlandsche Bank. De banken zullen, naar wordt verwacht, daardoor nog sterker penetreren op de verzekeringsmarkt. Omgekeerd zouden assuradeurs zich, ter bescherming van de positie van assurantiemakelaars en assurantietsensenpersonen, via hun uitgebreid kantorennet op de markt van financiële dienstverlening (sparen, hypotheke) kunnen begeven. De privatisering zal in de komende jaren enerzijds leiden tot een toename van het aantal ondernemingen, waarvan een deel tot de zakelijke dienstverlening kan worden gerekend. Anderzijds zullen deze nieuwe ondernemingen een extra vraag naar zakelijke diensten genereren, bijvoorbeeld op het gebied van accountancy.

³² *Economisch Dagblad*, 29 juli 1986.

³³ *Financieel Dagblad*, 12 november 1986.

6.5.4 *De internationalisering van het Nederlandse bedrijfsleven*

In toenemende mate is het Nederlandse bedrijfsleven organisatorisch in internationale werkverbanden opgenomen. Export- en importactiviteiten hebben van oudsher voor internationale contacten gezorgd – waaruit een zekere behoefte aan zakelijke dienstverlening voortvloeide. Van de ondernemingen uit bedrijfsklasse 84 hebben met name de grotere ingenieursbureaus reeds lang een deel van hun werkterrein buiten Nederland liggen. Daarnaast is in de laatste decennia in brede lagen van het bedrijfsleven ook in de eigendomsverhoudingen en zeggenschapsrelaties een sterk internationale dimensie tot ontwikkeling gekomen. Voor enkele oudere multinationals als Philips en Unilever was het bezit van vestigingen buiten de landsgrenzen al lang geen novum meer, voor de meeste andere bedrijven is deze vorm van internationalisering nog betrekkelijk jong. Van oorsprong Nederlandse ondernemingen zijn deel gaan uitmaken van buitenlandse ondernemingen. Aan de andere kant hebben vele Nederlandse ondernemingen vestigingen en participaties over de landsgrenzen. Voor de zakelijke dienstverlening is deze internationalisering van het in Nederland gevestigde bedrijfsleven van veel betekenis. In elk geval is deze ontwikkeling van groot belang voor onderdelen als de accountantsbranche, de belastingadviseurs, de organisatiebureaus en de advocatenkantoren, omdat deze internationalisering specifieke problemen en vragen met zich brengt waarvoor hun deskundigheid wordt ingeroepen. Voor andere onderdelen van de zakelijke dienstverlening heeft deze internationalisering minder effecten. Het zijn echter vooral de grotere kantoren die in staat zijn hun dienstverlening op deze internationalisering af te stemmen. Voor de kleine en de meeste middelgrote ondernemingen lijkt de hieraan inherente uitbreiding van het werkterrein beperkt te blijven.

De toegang tot de internationale dienstenmarkt is overigens dikwijls nog aan allerlei restricties onderhevig. Mede daarom zijn internationaal georiënteerde delen van de zakelijke dienstverlening zich gaan organiseren in internationale samenwerkingsverbanden. De accountantsbranche is hiervan het duidelijkste voorbeeld. De grote Nederlandse accountantsmaatschappen hebben zich de laatste jaren internationaal geassocieerd. Door fusies zijn de grote accountantskantoren alle opgenomen in wereldwijd opererende organisaties.

Deze mogelijkheden zijn niet of nauwelijks weggelegd voor de kleinere ondernemingen. Daarom zou – een enkele uitzondering daargelaten – de voortgaande internationalisering van het Nederlandse bedrijfsleven voor de zakelijke dienstverlening wel eens een verdere scheiding tussen kleine en grote ondernemingen kunnen opleveren. De uitkomst daarvan zou dan zijn dat de kleine onderneming zich in haar actie radius beperkt tot de binnenlandse markt.

De liberalisering van het dienstenverkeer binnen de Europese Gemeenschap biedt nieuwe mogelijkheden aan Nederlandse ondernemingen in zakelijke diensten buiten de relatief kleine binnenlandse markt. Ook hiervan zullen de grotere ondernemingen het meest profiteren. Omgekeerd zullen de kleinere ondernemingen wel de concurrentie van dienstverleners uit andere EG-landen op de binnenlandse markt ondervinden.

6.6 Samenvatting en conclusies

In de afgelopen jaren is de bedrijfsklasse van de zakelijke dienstverlening zeer in beweging geweest. Het aantal ondernemingen en werkzame personen is sterk toegenomen, er zijn geheel nieuwe typen ondernemingen verschenen en geheel nieuwe diensten deden hun intrede op de markt. Een opmerkelijke ontwikkeling was de toetreding van een zeer groot aantal kleine ondernemingen aan de ene kant, terwijl aan de andere kant een aanzienlijke schaalvergroting waargenomen is (accountants).

Bij het beoordelen en evalueren van deze dynamiek en expansie dient

het complementaire karakter van de zakelijke dienstverlening nimmer uit het oog te worden verloren. Zakelijke diensten vormen geen op zich zelf staande tak van dienstverlening, maar een aan het overige bedrijfsleven complementaire sector. Die complementariteit berust op twee relaties:

1. vraag naar zakelijke diensten vanuit de goederenproducerende bedrijven, de overige dienstverlenende bedrijven en de overheid, in verband met verantwoording van bedrijfsresultaten en het optreden van problemen in de organisatie of de invoering van innovaties;
2. aanbod van zakelijke diensten uit de overige bedrijven en de overheidssector, door verzelfstandiging en afstoting van voorheen interne dienstverlening.

De tweede relatie leidt vooral tot toename van het aantal ondernemingen in de zakelijke dienstverlening. De eerste relatie beïnvloedt sterk het arbeidsvolume in de zakelijke dienstverlening.

Voor zover de expansie op de dienstenmarkt niet door voorgeschreven diensten (bijv. accountantscontrole) is bepaald, kunnen zowel gunstige bedrijfsresultaten van het overige bedrijfsleven als problematische situaties in die bedrijven de vraag naar zakelijke diensten beïnvloeden. Niet zelden wordt een beroep gedaan op adviseurs van buiten als de knelpunten in de organisatie langs interne weg niet op te lossen zijn. Wat ruimer gezien, wordt de zakelijke dienstverlening door het overige bedrijfsleven vooral ingeroepen in situaties van reorganisatie en vernieuwing (huisvesting, produktiesysteem, arbeidsorganisatie).

Over het algemeen lijkt de zakelijke dienstverlening in de economie een gunstiger uitwerking te hebben op de bedrijfsresultaten dan op de werkgelegenheid. Immers, zakelijke dienstverlening draagt meer bij aan de produktiviteit in de overige bedrijven, zoals bijvoorbeeld de industrie, dan aan uitbreiding van de industriële werkgelegenheid. Niet zelden is groei van het aantal werkzame personen in de zakelijke dienstverlening een rechtstreeks gevolg van het verdwijnen van arbeidsplaatsen in het overige bedrijfsleven. Over de omvang van dit verschijnsel bestaat weinig inzicht.

Er zijn geen redenen om te verwachten, dat de relatief sterke groei van de werkgelegenheid in de zakelijke dienstverlening die in de afgelopen decennia is opgetreden, zich in hetzelfde tempo zal voortzetten. Die groei is trouwens na 1980 al wat afgenomen en is bovendien niet in alle onderdelen van de bedrijfsklasse even sterk geweest. Wel mag voorlopig nog een toename van het aantal ondernemingen in de zakelijke dienstverlening worden verwacht, waarvan een groot aantal als starters en 'spin offs' van bestaande grote organisaties. Hun bijdrage aan de werkgelegenheid zal niet erg groot zijn.

Van de organisatorische schaalvergroting in de accountantskantoren en de daarmee nauw gelieerde kantoren mag eerder een negatief dan een positief effect op de werkgelegenheid verwacht worden. Wel zal er een blijvende vraag zijn naar hoog-gekwalificeerd personeel.

Als geheel is de bedrijfsklasse zakelijke diensten geen erg problematische sector van het bedrijfsleven, waarvoor een gericht beleid zou moeten worden ontwikkeld. Wegens het complementaire karakter van de zakelijke dienstverlening is deze bedrijfsklasse meer indirect wel gevoelig voor beleidsmaatregelen met betrekking tot het overige bedrijfsleven en de overheidsinstellingen.

BIJLAGE 1 Segmentering foodsector detailhandel

Als eerste aanzet stelt Prodis de volgende rubricering in segmenten voor:

A. Nationaal opererende filiaalbedrijven

Indelingscriterium: tenminste f 200 miljoen jaaromzet in Nederland en over tenminste enige regio's verspreid.

Hiertoe kunnen worden gerekend Albert Heijn, MIRO, Maxis-Trefcenter, EDAH-V&D (inclusief Torro, Basismarkt, Dagmarkt, Autorama-Multimarkt), ALDI en de Hermansgroep.

B. Grote regionale filiaalbedrijven

Indelingscriterium: tenminste 15 filialen of tenminste f 150 miljoen jaaromzet.

Hiertoe behoren allereerst Kooconsult (Dirk van den Broek/Di-gros/Dirkson/Bas van der Heijden), Verenigde De Boer en Groen-woudt, maar ook bijvoorbeeld Nieuwe Weme, Vomar, Dekamarkt, Nettorama, Linders en Hoogvliet.

Ook vallen hieronder Konmar (op basis van het omzetcriterium) en de winkelketens Gruma en Boni-markten, die het eigendom van groothandelsbedrijven zijn, en de regionale CO-OP-organisaties.

C. Kleine regionale filiaalbedrijven

Indelingscriterium: minder dan 15 filialen of minder dan f 150 miljoen jaaromzet.

Hier vallen dus ook filiaalbedrijven met bijvoorbeeld 3 of 4 filialen onder, mits hun jaaromzet f 150 miljoen niet te boven gaat.

Bij deze groep kunnen worden gerekend bedrijven als Deen, De Wit, Verhagen, Van Lente, Dreize, De Ru, Grosmarkt en dergelijke. Het gaat hier om meer dan 20 bedrijven die vrijwel alle een eigen centraal magazijn hebben.

D. Zelfstandige supermarkten

Indelingscriterium: weekomzet van f 50.000 of hoger per winkel.

Hieronder vallen allereerst ongeveer 100 ondernemers met totaal 400 winkels, die aangesloten zijn bij commerciële organisaties en geen eigen centraal magazijn hebben. Soms voeren zij een eigen, onafhankelijk marktbeleid onder een afwijkende naam of embleem. Daarnaast omvat deze categorie nog ongeveer 900 ondernemers met één winkel, aangesloten bij commerciële organisaties.

E. Middelgrote zelfbedieningswinkels

Indelingscriterium: weekomzet f 20.000 - 50.000 en aangesloten bij een van de vijf volgende commerciële organisaties: Markant, Schuitema, Spar, Sperwer en Unigro.

F. Kleine levensmiddelenzaken

Indelingscriterium: minder dan f 20.000 weekomzet en aangesloten bij een van de onder E genoemde vijf organisaties.

G. Overige levensmiddelenzaken

Indelingscriterium: alle winkels met een weekomzet van minder dan f 50.000, die *niet* bij de onder E genoemde commerciële organisaties zijn aangesloten.

Deze groep omvat derhalve middelgrote zelfbedieningszaken en kleine levensmiddelenzaken. (Voor de groep D, zelfstandige supermarkten, geldt niet de beperking van het lidmaatschap van een der onder E

genoemde commerciële organisaties.) Hieronder vallen ook vaste melkwinkels met een standaard kruidenierswarenassortiment en circa 500 'geparallelliseerde' bakkers, slaggers en groentezaken.

H. Rijdende winkels

Indelingscriterium: het voeren van een standaard kruidenierswarenassortiment.

BIJLAGE 2 Indeling van de intermediaire diensten

De intermediaire dienstverlening omvat een groot aantal, onderling nogal sterk uiteenlopende diensten. De belangrijkste categorieën zijn:

- | | |
|--|---|
| 1. Groothandelsdiensten | het in voorraad houden en leveren van allerlei goederen. |
| 2. Transportdiensten | het vervoeren van goederen en berichten, onderhouden van telecommunicatie. |
| 3. Onderhouds- en bewakingsdiensten | het in goede staat houden van gebouwen en machinerieën; bewaking van gebouwen. |
| 4. Schoonmaak- en reinigingsdiensten | het schoonmaken van gebouwen en reiniging van gebruiksartikelen. |
| 5. Verhuurdiensten | het verhuren en leasen van voertuigen en machinerieën. |
| 6. Personele diensten | het werven van gespecialiseerd en tijdelijk personeel. |
| 7. Onroerend goed diensten | het bemiddelen in huur en verkoop van bedrijfsgebouwen; het ontwerpen van bedrijfsgebouwen. |
| 8. Bankdiensten | kredietverschaffing, afwikkeling van financiële transacties. |
| 9. Verzekeringsdiensten | verzekering van gebouwen, personeel, bedrijfsvoering, transacties. |
| 10. Zakelijke diensten | het leveren van gespecialiseerde informatie op het gebied van bedrijfsorganisatie, bedrijfstechnologie, kredietverschaffing, wet- en regelgeving. |
| 11. Research- en ontwikkelingsdiensten | het verrichten van toegepast onderzoek, projectontwikkeling. |

BIJLAGE 3 Bedrijfsindeling van bedrijfstak 8 (bank- en verzekeringswezen, zakelijke dienstverlening) volgens de Standaardbedrijfsindeling

<i>Bedrijfsklassen</i>	<i>Bedrijfsgroepen</i>
81 Bankwezen	811 Centrale Bank en Algemene Banken
	812 Coöperatief georganiseerde banken; spaarbanken
82 Verzekeringswezen	821 Verzekeringsmaatschappijen; pensioenfondsen
	823 Assurantietussenpersonen
83 Exploitatie van en handel in onroerende goederen	832 Makelaars in onroerende goederen
84 Zakelijke dienstverlening	841 Rechtskundige diensten
	842 Accountants-, boekhoudbureaus, belastingconsulenten
	843 Computerservicediensten
	844 Ingenieurs-, architecten en andere technische ontwerpen adviesbureaus
	845 Reclame- en advertentie-bureaus
	846 Economische adviesbureaus
	847 Pers- en nieuwsbureaus
	848 Uitzendbedrijven van arbeidskrachten
	849 Overige zakelijke dienstverlening
85 Verhuur van machines en andere roerende goederen	851 Autoverhuurbedrijven
	852 Machineverhuurbedrijven
	853 Verhuurbedrijven van gebruiksgoederen
	859 Verhuurbedrijven van overige goederen

BIJLAGE 4**Aantal vestingen en werkzame personen in de zakelijke dienstverlening in Nederland in 1978 (1963)**

	Vestingen		Werkzame personen	
Bedrijfsklasse 84	22.260	(10.461)	173.256	(79.152)
8421 Accountantsbureaus	545	(2.248)	12.376	(15.846)
8422 Boekhoudbureaus	6.523	(1.966)	50.494	(9.270)
8423 Belastingconsulenten	418	(425)	1.526	(1.316)
8431 Computerservicediensten	660	-	9.522	-
8440 Ingenieurs- en architectenbureaus	5.480	(213)	53.871	(1.018)
8451 Reclame- en advertentiebureaus	2.705	(780)	10.864	(5.288)
8461 Economische adviesbureaus	1.306	(275)	6.980	(2.642)
8470 Pers- en nieuwsbureaus	296	(32)	789	(551)
8481 Uitzendbureau van arbeidskrachten	826	-	3.631	-
8491 Informatie- en incassobureaus	195	(135)	883	(810)
8492 Vertaalbureaus	141	(34)	204	(84)
8495 Beurs- en tentoonstellingswezen	92	(12)	1.370	(166)
8496 Bewakingsdiensten	102	(49)	3.370	(2.270)
8497 Veilingbedrijven	161	(198)	4.150	(5.140)
8499 Zakelijke dienstverlening n.e.g.	1.308	(6)	7.892	(57)

Bron: CBS, Bedrijfstellingen 1963 en 1978.

BIJLAGE 5**Aantallen hoofdvestigingen, nevenvestigingen en vestigingen voor enkele bedrijfspgroepen binnen de bedrijfstak 8 (tussen haakjes: vestigingen met 100 of meer werkzame personen), 1978**

	<i>Hoofd-vestigingen</i>	<i>Neven-vestiging</i>	<i>Vestigingen</i>	
<i>Bedrijfsklassen 81, 82 en 83</i>				
811 Centrale en algemene banken	65	2228	2293	(65)
812 Coöp. banken; spaarbanken	1119	2131	3250	(22)
821 Verzekeringsmij.; pens.fondsen	1040	132	1172	(74)
823 Assurantietussenpersonen	7061	187	7248	(15)
832 Makelaars in onroerend goed	2731	242	2973	(1)
81/82/83 Totaal	12016	4920	16936	(177)
<i>Bedrijfsklassen 84 en 85</i>				
842 Accountants, belastingconsulenten	6675	811	7486	(73)
843 Computerservicebureaus	609	51	660	(14)
844 Ingenieurs- en architectenbureaus	5178	302	5480	(73)
845 Reclame- en advertentiebureaus	2660	45	2705	(6)
846 Economische adviesbureaus	1261	45	1306	(11)
847 Pers- en nieuwsbureaus	287	9	296	(1)
848 Uitzendbureaus van arbeidskrachten	257	569	826	(3)
849 Overige zakelijke dienstverlening	1912	87	1999	(25)
851 Autoverhuurbedrijven	357	36	393	(-)
852 Machineverhuurbedrijven	279	17	296	(4)
853 Verhuurbedrijven van gebruiksgoederen	199	28	227	(-)
859 Verhuurbedr. van overig goederen	571	15	586	(1)
84/85 Totaal	20245	2015	22260	(211)

Bron: CBS, Bedrijfstelling 1978.

In de reeks 'Vorstudies en achtergronden' van de WRR zijn tot nu toe verschenen:

In de eerste raadsperiode:

- V 1. W.A.W. van Walstijn e.a.: Kansen op onderwijs; een literatuurstudie over ongelijkheid in het Nederlandse onderwijs (1975)*
- V 2. I.J. Schoonenboom en H.M. In 't Veld-Langeveld: De emancipatie van de vrouw (1976)*
- V 3. G.R. Mustert: Van dubbeltjes en kwartjes: een literatuurstudie over ongelijkheid in de Nederlandse inkomensverdeling (1976)*
- V 4. IVA/Instituut voor Sociaal-Wetenschappelijk Onderzoek van de Katholieke Hogeschool Tilburg: De verdeling en de waardering van arbeid; een studie over ongelijkheid in het arbeidsbestel (1976)*
- V 5. 'Adviseren aan de overheid', met bijdragen van economische, juridische en politicologische bestuurskundigen (1977)*
- V 6. Verslag Eerste Raadsperiode: 1972-1977*

In de tweede raadsperiode:

- V 7. J.J.C. Voorhoeve: Internationale macht en interne autonomie - Een verkenning van de Nederlandse situatie (1978)*
- V 8. W.M. de Jong: Techniek en wetenschap als basis voor industriële innovatie - Verslag van een reeks van interviews (1978)*
- V 9. R. Gerritse/Instituut voor Onderzoek van Overheidsuitgaven: De publieke sector: ontwikkeling en waardevorming - Een vooronderzoek (1979)*
- V10. Vakgroep Planning en Beleid/Sociologisch Instituut Rijksuniversiteit Utrecht: Konsumptieverandering in maatschappelijk perspectief (1979)*
- V11. R. Penninx: Naar een algemeen etnisch minderhedenbeleid? Opgenomen in rapport nr. 17 (1979)
- V12. De quartaire sector - Maatschappelijke behoeften en werkgelegenheid - Verslag van een werkconferentie (1979)
- V13. W. Driehuis en P.J. van den Noord: Productie, werkgelegenheid en sectorstructuur in Nederland 1960-1985
Modelstudie bij het rapport Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)*
- V14. S.K. Kuipers, J. Muysken, D.J. van den Berg en A.H. van Zon: Sectorstructuur en economische groei: een eenvoudig groeimodel met zes sectoren van de Nederlandse economie in de periode na de tweede wereldoorlog. Modelstudie bij het rapport Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)*
- V15. F. Muller, P.J.J. Lesuis en N.M. Boxhoorn: Een multisectormodel voor de Nederlandse economie in 23 bedrijfstakken
F. Muller: Veranderingen in de sectorstructuur van de Nederlandse industrie (1980)
- V16. A.B.T.M. van Schaik: Arbeidsplaatsen, bezettingsgraad en werkgelegenheid in dertien bedrijfstakken
Modelstudie bij het rapport Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)*
- V17. A.J. Basoski, A. Budd, A. Kalff, L.B.M. Mennes, F. Racké en J.C. Ramaer: Exportbeleid en sectorstructuurbeleid
Pre-adviezen bij het rapport Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)*

• Uitverkocht

- V18. J.J. van Duijn, M.J. Ellman, C.A. de Feyter, C. Inja, H.W. de Jong, M.L. Mogendorff en P. VerLoren van Themaat: Sectorstructuurbeleid: mogelijkheden en beperkingen
Pre-adviezen bij het rapport Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)*
- V19. C.P.A. Bartels: Regio's aan het werk: ontwikkelingen in de ruimtelijke spreiding van economische activiteiten in Nederland
Studie bij het rapport Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)*
- V20. M.Th. Brouwer, W. Driehuis, K.A. Koekoek, J. Kol, L.B.M. Mennes, P.J. van den Noord, D. Sinke, K. Vijlbrief en J.C. van Ours: Raming van de finale bestedingen en enkele andere grootheden in Nederland in 1985
Technische nota's bij het rapport Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)*
- V21. J.A.H. Bron: Arbeidsaanbod-projecties 1980-2000 (1980)*
- V22. P. Thoenes, R.J. In 't Veld, I.Th.M. Snellen, A. Faludi: Benaderingen van planning
Vier pre-adviezen over beleidsvorming in het openbaar bestuur (1980)*
- V23. Beleid en toekomst
Verslag van een symposium over het rapport Beleidsgerichte toekomstverkenning deel 1 (1981)
- V24. L.J. van den Bosch, G. van Enckevort, Ria Jaarsma, D.B.P. Kallen, P.N. Karstanje, K.B. Koster: Educatie en welzijn (1981)*
- V25. J.C. van Ours, D. Hamersma, G. Hupkes, P.H. Admiraal: Consumptiebeleid voor de werkgelegenheid
Pre-adviezen bij het rapport Vernieuwingen in het arbeidsbestel (1982)
- V26. J.C. van Ours, C. Molenaar, J.A.M. Heijke: De wisselwerking tussen schaarsteverhoudingen en beloningsstructuur
Pre-adviezen bij het rapport Vernieuwingen in het arbeidsbestel (1982)
- V27. A.A. van Duijn, W.H.C. Kerkhoff, L.U. de Sitter, Ch.J. de Wolff, F. Sturmans: Kwaliteit van de arbeid
Pre-adviezen bij het rapport Vernieuwingen in het arbeidsbestel (1982)
- V28. J.G. Lambooy, P.C.M. Huigsloot en R.E. van de Lustgraaf: Greep op de stad? Een institutionele visie op stedelijke ontwikkeling en de beïnvloedbaarheid daarvan (1982)*
- V29. J.C. Hess, F. Wielenga: Duitsland in de Nederlandse pers – altijd een probleem? Drie dagbladen over de Bondsrepubliek 1969-1980 (1982)
- V30. C.W.A.M. van Paridon, E.K. Greup, A. Ketting: De handelsbetrekkingen tussen Nederland en de Bondsrepubliek Duitsland (1982)
- V31. W.A. Smit, G.W.M. Tiemessen, R. Geerts: Ahaus, Lingen en Kalkar; Duitse nucleaire installaties en de gevolgen voor Nederland (1983)
- V32. J.H. von Eije: Geldstromen en inkomensverdeling in de verzorgingsstaat (1982)
- V33. Verslag van de tweede Raadsperiode 1978-1982
- V34. P. den Hoed, W.G.M. Salet en H. van der Sluijs: Planning als onderneming (1983)
- V35. H.F. Munneke e.a.: Organen en rechtspersonen rondom de centrale overheid (1983); 2 delen
- V36. M.C. Brands, H.J.G. Beunders, H.H. Selier: Denkend aan Duitsland; Een essay over moderne Duitse geschiedenis en enige hoofdstukken over de Nederlands-Duitse betrekkingen in de jaren zeventig (1983)

* Uitverkocht

- V37. L.G. Gerrichhauzen: Woningcorporaties; Een beleidsanalyse (1983)
- V38. J. Kassies: Notities over een heroriëntatie van het kunstbeleid (1983)
- V39. Leo Jansen: Sociocratische tendenties in West-Europa (1983)

In de derde raadsperiode:

- V40. G.J. van Driel, C. van Ravenzwaai, J. Spronk en F.R. Veeneklaas: Grenzen en mogelijkheden van het economisch stelsel in Nederland (1983)
- V41. Adviesorganen in de politieke besluitvorming. Symposiumverslag onder redactie van A.Th. van Delden en J. Kooiman (1983)
- V42. E.W. van Luijk, R.J. de Bruijn: Vrijwilligerswerk tussen betaald en huishoudelijk werk; een verkennende studie op basis van een enquête (1984)
- V43. Planning en beleid; verslag van een symposium over de studie Planning als onderneming (1984)
- V44. W.J. van der Weijden, H. van der Wal, H.J. de Graaf, N.A. van Brussel, W.J. ter Keurs: Bouwstenen voor een geïntegreerde landbouw (1984)*
- V45. J.F. Vos, P. de Koning, S. Blom: Onderwijs op de tweesprong; over de inrichting van basisvorming in de eerste fase van het voortgezet onderwijs (1985)
- V46. G. Meester, D. Strijker, Het Europese landbouwbeleid voorbij de scheidslijn van zelfvoorziening (1985)
- V47. J. Pelkmans: De interne EG-markt voor industriële producten (1985)
- V48. J.J. Feenstra, K.J.M. Mortelmans: Gedifferentieerde integratie en Gemeenschapsrecht: institutioneel- en materieelrechtelijke aspecten (1985)
- V49. T.H.A. van der Voort, M. Beishuizen: Massamedia en basisvorming (1986)
- V50. C.A. Adriaansens, H. Priemus: Marges van volkshuisvestingsbeleid (1986)
- V51. E.F.L. Smeets, Th.J.N.N. Buis: Leraren over de eerste fase van het voortgezet onderwijs (1986)
- V52. J. Moonen: Toepassing van computersystemen in het onderwijs (1986)
- V53. A.L. Heinink (red.), H. Riddersma, J. Braaksma: Basisvorming in het buitenland (1986)
- V54. Zelfstandige bestuursorganen; verslag van de studiedag op 12 november 1985 (1986)
- V55. Europese integratie in beweging; verslag van een conferentie, gehouden op 16 mei 1986 (1986)
- V56. C. de Klein, J. Collaris: Sociale ziektekostenverzekeringen in Europees perspectief (1987)
- V57. R.M.A. Jansweijer: Private leefvormen, publieke gevolgen; naar een overheidsbeleid met betrekking tot individualisering (1987)
- V58. De ongelijke verdeling van gezondheid; verslag van een conferentie gehouden op 16-17 maart 1987 (1987)

• Uitverkocht

De serie 'Voorstudies en achtergronden mediabeleid' bestaat uit de volgende delen:

- M 1. J.M. de Meij: Overheid en uitingsvrijheid (1982)
- M 2. E.H. Hollander: Kleinschalige massacommunicatie: lokale omroepvormen in West-Europa (1982)
- M 3. L.J. Heinsman/NOS: De kulturele betekenis van de instroom van buitenlandse televisieprogramma's in Nederland - Een literatuurstudie (1982)
- M 4. L.P.H. Schoonderwoerd, W.P. Knulst/Sociaal en Cultureel Planbureau: Mediagebruik bij verruiming van het aanbod (1982)
- M 5. N. Boerma, J.J. van Cuilenburg, E. Diemer, J.J. Oostenbrink, J. van Putten: De omroep: wet en beleid; een juridisch-politicologische evaluatie van de omroepwet (1982)*
- M 6. Intomart b.v.: Etherpiraten in Nederland (1982)*
- M 7. P.J. Kalf/Instituut voor Grafische Techniek TNO: Nieuwe technieken voor productie en distributie van dagbladen en tijdschriften (1982)
- M 8. J.J. van Cuilenburg, D. McQuail: Media en pluriformiteit; Een beoordeling van de stand van zaken (1982)*
- M 9. K.J. Alsem, M.A. Boersma, G.J. van Helden, J.C. Hoekstra, P.S.H. Leeftang, H.H.M. Visser: De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland (1982)
- M10. W.P. Knulst/Sociaal en Cultureel Planbureau: Mediabeleid en cultuurbeleid; Een studie over de samenhang tussen de twee beleidsvelden (1982)*
- M11. A.P. Bolle: Het gebruik van glasvezelkabel in lokale telecommunicatienetten (1982)
- M12. P. te Nuyl: Structuur en ontwikkeling van vraag en aanbod op de markt voor televisieproducties (1982)*
- M13. P.J.M. Wilms/Instituut voor Onderzoek van Overheidsuitgaven: Horen, zien en betalen; Een inventariserende studie naar de toekomstige kosten en bekostiging van de omroep (1982)
- M14. W.M. de Jong: Informatietechniek in beweging; consequenties en mogelijkheden voor Nederland (1982)*
- M15. J.C. van Ours: Mediaconsumptie; Een analyse van het verleden, een verkenning van de toekomst (1982)
- M16. J.G. Stappers, A.D. Reijnders, W.A.J. Möller: De werking van massa-media; Een overzicht van inzichten (1983)*
- M17. F.J. Schrijver: De invoering van kabeltelevisie in Nederland (1983)

* Uitverkocht