

2 Vlaamse onderzoekers zorgen voor opschudding in de zakenwereld

Twee Vlaamse onderzoekers – Jan De Loecker (Barcelona GSE) en Jan Eeckhout (University College London) – zorgen voor opschudding in de zakenwereld. Uit [een studie blijkt](#) dat de winstmarges die grote bedrijven rekenen, de voorbije decennia enkel zijn toegenomen. Die winstmarge was gemiddeld 17% in 1980, maar is gestegen tot ruim 67% vandaag. Het fenomeen beperkt zich niet tot een paar sectoren, maar is zowat overal zichtbaar, zeggen beide Vlamingen.

Volgens beide onderzoekers is dat te wijten aan een gebrek aan concurrentie en de overdreven machtspositie van een select groepje grote bedrijven. Die mogen volgens hen als 'de nieuwe monopolisten' worden beschouwd. Dat leidt tot toenemende concentratie in veel sectoren. Dat betekent dat [een kleine groep bedrijven een steeds groter deel van de markt](#) onder elkaar verdeelt. Als gevolg daarvan kunnen deze bedrijven de prijzen naar hartelust verhogen. Omdat kleinere bedrijven er niet in slagen die prijzen te verbeteren of te evenaren. Dat leidt uiteindelijk tot stagnerende lonen en minder investeringen. Ook de steeds groeiende inkomensongelijkheid kan zo worden ugelegd, concluderen de twee.

Toetredingsbarrières worden steeds hoger

Wie economie heeft gestudeerd weet dat hoge winstmarges uit den boze zijn. Die marges worden dan automatisch door de concurrentie gereduceerd. Er is altijd wel een bedrijf dat een dienst of product tegen een lagere prijs kan aanbieden of maken. Dus, zegt het duo, deze hoge winstmarges geven aan dat de 'barrier to entry' of de obstakels om een markt te betreden steeds hoger worden. Wie morgen een concurrent van pakweg IKEA of Amazon in de markt wil zetten zal daarvoor over enorme kapitalen moeten beschikken. Als dat niet gebeurt, treedt monopolisering op met een prijszetting naar eigen goeddunken.

Opmerkelijk genoeg is het voor deze spelers [niet eens nodig de prijzen te verhogen](#), zegt De Loecker in de weekendeditie van De Tijd:

“De leveranciers onder druk zetten volstaat. Dat heeft als voordeel dat dat minder de aandacht van mededingingswaakhonden trekt [...]. Vergeet bovendien niet dat de consumenten die de hogere prijzen betalen zelf werknemers kunnen zijn die hun loon zien dalen onder invloed van spelers als Amazon.”

Het duo trekt uit die evolutie [een](#) ganse reeks conclusies. Die moeten veel van de huidige economische raadsels verklaren. Zo delen steeds minder werkenden in de gecreëerde welvaart. Ook dalen de lonen voor laaggeschoolden en zijn er steeds minder mensen aan het werk.

Niet iedereen is het met hun uitgangspunt eens, maar '[machtspositie](#)' zou wel een het volgende buzzwoord van de economie kunnen worden.

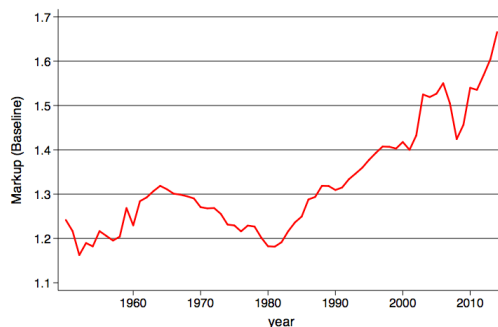


Figure 1: The Evolution of Average Markups (1960 - 2014). Average Markup is weighted by marketshare of sales in the sample.