

Hoe beïnvloedt ondernemerschap
economische groei?

Uitgegeven door:
Amsterdam Center for Entrepreneurship (ACE)
Roetersstraat 11
1018 WB Amsterdam
www.ace-uva.nl
020 525 4110 of ace-feb@uva.nl

December 2008
ISBN/EAN: 978-90-78621-05-8

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband, elektronisch of op welke andere wijze dan ook.

Dit is de vijfde Entrepreneurship Update van het Amsterdam Center for Entrepreneurship (ACE). Deze update sluit aan op de derde Update over de effecten van ondernemerschap op onder andere economische groei en werkgelegenheid.¹ We bespreken onderzoek naar de processen die ervoor zorgen dat ondernemers bijdragen aan groei. Is het effect van ondernemerschap op groei direct –doordat de nieuwe ondernemer werkgelegenheid en groei creëert– of is er vooral sprake van een indirect effect via het disciplinerende effect van nieuwe bedrijven op bestaande bedrijven? Op welke termijn komen deze effecten naar voren? En zijn er negatieve effecten van ondernemerschap op groei?

De jonge organisatie ACE levert ook haar bijdrage aan werkgelegenheid. Na 3 jaar werken er 12 mensen voor ACE (meest parttime). Een deel via het project Centrum van Amsterdamse Scholen voor Entrepreneurship (CASE) dat dit jaar is gestart. CASE beoogt effectief ondernemerschaps-onderwijs een grotere plaats te geven in het Amsterdamse hoger onderwijs. ACE is namens de UvA/HvA penvoerder van CASE, een publiek-privaat samenwerkingsverband. Een ander deel van onze collega's is verbonden aan ACE door een nieuw samenwerkingsverband met het onderzoeksbureau EIM. Samen werken we aan beleidsrelevant onderzoek. In dit verband heeft onze nieuwe collega-onderzoeker André van Stel, verbonden aan ACE en EIM, deze update geschreven.

ACE wenst u een ondernemend en inspirerend 2009 toe!

Mirjam van Praag

Directeur Amsterdam Center for Entrepreneurship (www.ace-uva.nl)

¹ Eerder verschenen updates: Goed belonen loont!; Entrepreneurship and human capital; De economische voordelen van ondernemerschap; Onderwijs en ondernemerschap in NL.

Inhoud

Inleiding	6
Directe en indirecte effecten	7
Korte en lange termijn effecten	10
Verschillen tussen stedelijke en landelijke gebieden	14
Conclusie	16
Referenties	17
Over ACE en de auteur	19

De opvatting dat ondernemerschap belangrijk is voor economische groei in moderne economieën wordt breed gedragen. Economen en beleidsmakers zijn ervan overtuigd dat ondernemers door hun creativiteit en innovatievermogen een belangrijke bijdrage leveren aan de economische groei van landen en regio's. In een eerdere Entrepreneurship Update (De economische voordelen van ondernemerschap) bespraken we de belangrijke bijdrage van ondernemers aan economische groei.

Hoe dat gebeurt, bespreken we in deze Entrepreneurship Update, met andere woorden: hoe beïnvloedt ondernemerschap economische groei? We laten zien dat er directe en indirecte effecten zijn, dat het effect van ondernemerschap op economische groei zich uitspreidt over meerdere jaren, en ook dat de grootte van het effect afhangt van de regio waarin de ondernemer actief is. Vervolgens bespreken we de implicaties voor beleidsmakers op landelijk en regionaal niveau.

Directe en indirecte effecten

Recente literatuur bestudeert, zowel empirisch als theoretisch, hoe ondernemerschap economische groei beïnvloedt. De invloed van ondernemerschap op economische groei wordt gemeten en ontleed in directe en indirecte effecten (Fritsch, 2008). Vaak wordt het aantal nieuwe bedrijven in een land of regio als maatstaf van ondernemerschap gebruikt. Met de directe effecten wordt bedoeld de economische bijdrage van de nieuwe bedrijven zelf. Iemand die een nieuw bedrijf opricht, creëert daarmee een nieuwe baan (voor zichzelf) die daarvoor niet bestond. Sommige nieuwe bedrijven zullen ook personeel aannemen, hetzij onmiddellijk bij de start, hetzij na verloop van tijd. Deze ontwikkelingen in de nieuw opgerichte bedrijven zelf worden aangeduid als de directe effecten van ondernemerschap. Deze effecten zijn positief.

Naast directe effecten zijn er ook indirecte effecten. Het gaat dan om het effect dat nieuwe bedrijven hebben op bestaande bedrijven in de markt. Er zijn twee typen indirecte effecten. Ten eerste zijn er verdringingseffecten. Wanneer een cohort nieuwe bedrijven een markt betreedt, zal dat leiden tot verhevigde concurrentie. Veel starters zullen niet concurrerend genoeg blijken te zijn en na verloop van tijd de markt moeten verlaten. Slechts een fractie van de starters zal overleven en groeien. De verhevigde concurrentie zal er ook toe leiden dat een aantal reeds bestaande bedrijven niet meer kan meekomen, en de zwakste (minst efficiënte of minst innovatieve) bedrijven zullen moeten inkrimpen of zelfs hun bedrijf moeten stoppen. Dit proces wordt wel aangeduid met ‘creative destruction’ (Schumpeter, 1934). De verdringingseffecten zijn negatief.

Het tweede type indirecte effect noemen we 'geïnduceerde effecten'. Het gaat hierbij om langere termijn effecten die optreden als gevolg van het toetreden van nieuwe bedrijven. Een deel van de nieuwe ondernemers zal een nieuw idee proberen uit te baten door een nieuw product of dienst op de markt te brengen. Pas na het starten van het bedrijf blijkt of het idee inderdaad commercieel levensvatbaar is. Wanneer in een land of regio veel ondernemers met nieuwe bedrijven nieuwe ideeën uitproberen, zullen uiteindelijk de beste bedrijven (oftewel de beste ideeën) door de markt geselecteerd worden en overleven. De zwakste bedrijven zullen uit de markt gedrukt worden. Zo dragen de nieuwe bedrijven bij aan een verbetering van de kwaliteit van het bedrijvenbestand. De overlevende bedrijven zullen bijvoorbeeld innovatiever zijn, een hogere productiviteit hebben, en/of sneller groeien dan voor de toetreding van de nieuwe bedrijven. De nieuwe bedrijven zorgen ook voor meer diversiteit in het aanbod van producten en diensten wat tot nieuwe nichemarkten en hogere consumptie kan leiden. Door de sterkere concurrentie zijn de overlevers gedwongen om goed te blijven presteren. Dit is uiteindelijk goed voor de consument en draagt bij aan economische groei. De geïnduceerde effecten zijn positief.

Het totale effect van ondernemerschap op economische groei is de som van de (positieve) directe en geïnduceerde effecten en de (negatieve) verdringingseffecten. Zoals we later zullen zien hangt de grootte van deze effecten in de praktijk af van het type starters en de locatie van de nieuwe bedrijven.

Conclusie:

- Nieuwe bedrijven hebben een direct effect op economische groei door de ontwikkelingen in de bedrijven zelf en een indirect effect doordat bestaande bedrijven zich moeten aanpassen aan de verhoogde concurrentie die de nieuwkomers veroorzaken. Dit aanpassingsproces is vergelijkbaar met een 'survival of the fittest' scenario waarbij de betere bedrijven (zowel nieuwe als bestaande) hun prestaties (in termen van productiviteit, innovatievermogen, vermogen tot groei, etc.) zullen verbeteren en de zwakkere bedrijven moeten stoppen of inkrimpen. Hierdoor wordt de diversiteit en de gemiddelde kwaliteit van de bedrijvenpopulatie in een markt steeds hoger, wat uiteindelijk leidt tot economische groei.

Korte en lange termijn effecten

Het hiervoor beschreven proces vindt niet van de ene op de andere dag plaats. Wanneer een groep nieuwe bedrijven van start gaat, gaat er tijd overheen voordat er daadwerkelijk selectie door de markt plaatsvindt, de zwakkere bedrijven het veld moeten ruimen en uiteindelijk een meer competitieve economie ontstaat.

In een aantal recente artikelen² wordt voor verschillende landen de grootte van de directe en indirecte effecten gemeten. Ook meten deze studies de spreiding van deze effecten over de tijd. Het gaat hierbij om het effect van de startersratio (als maatstaf voor ondernemerschap) op regionale werkgelegenheidsgroei (als maatstaf voor economische groei). De startersratio wordt gemeten als het aantal nieuwe bedrijven als percentage van de regionale beroepsbevolking, en werkgelegenheidsgroei is de procentuele groei van het aantal voltijdbanen over een periode van drie jaar.³

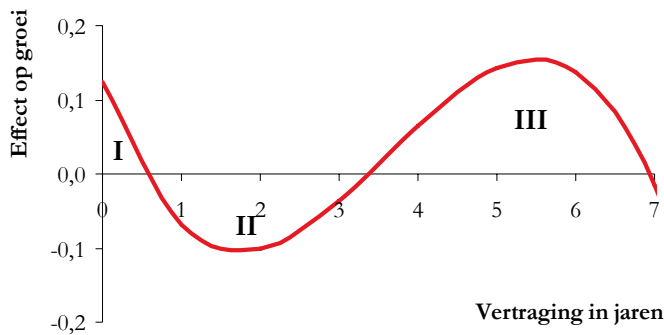
De schattingsresultaten voor Nederland worden in Figuur 1 grafisch weergegeven (Van Stel en Suddle, 2008). Zoals beschreven is er een onmiddellijk positief direct effect waarbij de starters zorgen voor nieuwe werkgelegenheid door mensen aan te nemen bij de start van het bedrijf (fase I in Figuur 1). Vervolgens, na enige tijd, ontstaat een negatief effect (verdringingseffect). De minst efficiënte bedrijven worden uit de markt gedrukt of moeten inkrimpen door de verhoogde concurrentie die de startende bedrijven veroorzaken ('creative destruction'; fase II in Figuur 1). Nog weer later, als de markt hervormd is, is het effect weer positief: de overlevende starters en de overlevende bestaande bedrijven opereren

² Onder meer Fritsch en Mueller (2004, 2008); Van Stel en Suddle (2008); Mueller, Van Stel en Storey (2008).

³ Groei wordt gemeten over een langere periode om de invloed van conjunctuur tot een minimum te beperken.

efficiënter en innovatiever, eventueel op nieuwe nichemarkten. Dit zorgt voor economische groei (fase III in Figuur 1). Van Stel en Suddle (2008) vinden voor Nederland dat het totale effect zich over zeven jaar uitspreidt. Uit de figuur valt verder af te lezen dat de positieve effecten (oppervlakte van fase I en III in Figuur 1) groter zijn dan de negatieve (oppervlakte van fase II) zodat het totale effect van ondernemerschap op economische groei positief is voor Nederland. We zien echter ook dat de positieve indirecte effecten (fase III) groter zijn dan de positieve directe effecten (fase I). Er gaan meerdere jaren overheen voordat verhoogde ondernemersactiviteit in een regio daadwerkelijk leidt tot economische groei in die regio.

Figuur 1: Effecten van startersratio over de tijd op regionale werkgelegenheidsgroei in Nederland



Bron: Van Stel en Suddle (2008)

De effecten van het aantal nieuwe bedrijven op regionale groei zijn ook onderzocht voor andere landen zoals Duitsland, Groot-Brittannië, Portugal, Spanje en de Verenigde Staten (zie Fritsch, 2008, voor een overzicht). Met uitzondering van Portugal vinden al deze studies een vergelijkbaar patroon als in Figuur 1. Ook Carree en Thurik (2008) bestuderen de effecten van ondernemerschap op economische prestaties over de tijd, maar zij gebruiken een geheel andere maatstaf voor ondernemerschap (verandering van het aantal zelfstandig ondernemers) en een geheel andere steekproef, namelijk (OESO) landen in plaats van regio's. Niettemin vinden ook zij hetzelfde S-vormige patroon als in Figuur 1.⁴ Er is dus een sterke empirische basis voor het beschreven driefasen model van het effect van ondernemerschap op economische groei. In de meeste studies spreidt het effect zich uit over ongeveer tien jaar.

Ook zijn de indirecte effecten over het algemeen groter dan de directe effecten (zie ook Fritsch en Noseleit, 2008). De directe effecten zijn relatief klein omdat het merendeel van de starters niet lang overleeft of niet doorgroeit. Slechts een klein aantal starters zal echt succesvol zijn en uitgroeien tot grote bedrijven. Maar niet-succesvolle starters zijn –macro-economisch gezien– ook van belang voor economische groei omdat zij bijdragen aan een sterker marktselectieproces waardoor uiteindelijk de beste starters floreren en ook bestaande bedrijven opgejaagd worden tot betere prestaties. Met name deze laatste (indirecte) effecten zijn groot.

⁴ Carree en Thurik (2008) onderzoeken niet alleen het effect van ondernemerschap op werkgelegenheidsgroei maar ook het effect op de groei van het bruto binnenlands product (BBP) en de groei van de arbeidsproductiviteit. De auteurs vinden een positief effect op (groei van) de werkgelegenheid en het BBP, maar geen effect op de arbeidsproductiviteit.

Conclusie:

- De effecten van ondernemerschap op economische groei zijn pas merkbaar op de langere termijn, typisch na 5 tot 10 jaar.
- De indirecte effecten zijn sterker dan de directe effecten. Nieuwe bedrijven dragen vooral bij aan economische groei doordat ze bestaande bedrijven opjagen tot betere prestaties.

Verschillen tussen stedelijke en landelijke gebieden

Figuur 1 geldt voor Nederland als geheel. Van Stel en Suddle (2008) onderzoeken ook of er verschillen bestaan tussen stad en platteland. Dan blijkt dat de effecten van ondernemerschap op economische uitkomsten in de Randstad veel groter zijn dan in minder dichtbevolkte regio's. Sterker nog, de effecten in landelijke gebieden zijn nihil. Vergelijkbare resultaten zijn gevonden door Fritsch en Mueller (2008) voor Duitse regio's in meer en minder stedelijke gebieden.

Hoe komt het dat ondernemerschap in dichtbevolkte gebieden tot meer economische groei leidt dan in dunner bevolkte gebieden? Doordat meer bedrijven dicht op elkaar zitten (clustervorming van bedrijven), zijn er meer onderlinge contacten (spillovers) mogelijk waardoor bedrijven van elkaar kunnen leren en nieuwe kennis sneller verspreid wordt (Audretsch en Feldman, 1996). In plattelandsgebieden opereren ondernemers wellicht meer geïsoleerd. Andere voordelen van de stad zijn toegang tot een grotere en meer diverse arbeidsmarkt en betere toegang tot allerlei instanties.⁵

Ook kan in steden het niveau van lokale concurrentie hoger zijn doordat er meer bedrijven in een klein gebied opereren (Jacobs, 1969). Hierdoor is de intensiteit van het marktselectieproces (survival of the fittest) hoger, waardoor de kans dat er echt goede producten en diensten door de markt (bedrijfsleven en consumenten) geselecteerd worden groter is. De geselecteerde producten en diensten (bedrijven) zullen vervolgens doorontwikkeld worden, zodat daadwerkelijk innovatie en uiteindelijk economische groei plaatsvindt. Tenslotte is, mede door migratie van hoger opgeleiden naar de stad, het opleidingsniveau van ondernemers in

⁵ Er bestaan ook nadelen van agglomeratie zoals verkeerscongestie. De resultaten suggereren echter dat de nadelen van agglomeratie kleiner zijn dan de voordelen.

steden meestal hoger dan op het platteland. Hierdoor zullen de bedrijven vaker innovatief en ambitieus zijn en daardoor een grotere bijdrage aan economische groei kunnen leveren.⁶

Conclusie:

- Het effect van ondernemerschap op economische groei is groter in stedelijke gebieden dan in landelijke gebieden.
- Mogelijke verklaringen zijn de grotere mogelijkheden tot interactie tussen bedrijven (spillovers) en een hoger ambitie- en opleidingsniveau van ondernemers in stedelijke gebieden.

⁶ Acs, Bosma en Sternberg (2008) vinden inderdaad dat de ratio ondernemers met snelle-groeiambities in wereldsteden hoger is dan in het hele land waartoe de wereldstad behoort. Dit geldt ook voor de twee Nederlandse steden in de steekproef (Amsterdam en Rotterdam).

Conclusie

In deze Entrepreneurship Update hebben we gekeken naar de manier waarop ondernemerschap economische groei beïnvloedt. Een veelgehoord geluid in kringen van politici en beleidsmakers is dat ondernemerschap gestimuleerd moet worden om zo economische groei te bevorderen. In deze Update hebben we laten zien dat het effect van ondernemerschap op economische groei zich uitspreidt over een periode van vijf tot tien jaar. Dit betekent dat beleidsmakers die ondernemerschap willen bevorderen geduld moeten hebben met het evalueren van de resultaten van hun beleid. Nieuwe bedrijven moeten zich eerst ontwikkelen voordat ze daadwerkelijk –direct of indirect– kunnen bijdragen aan economische groei.

Een tweede conclusie is dat het effect van ondernemerschap op economische groei groter is in stedelijke gebieden dan in landelijke gebieden. Nieuw ondernemerschap in landelijke gebieden is minder vaak gericht op innovatie en groei en draagt daardoor mogelijk in mindere mate bij aan marktselectie en economische groei. Het is belangrijk dat beleidsmakers zich hiervan bewust zijn als zij ondernemerschap willen stimuleren, met name in landelijke gebieden. Een trek naar de stad van hoger opgeleiden en het ontbreken van agglomeratievoordelen in landelijke gebieden zijn twee mogelijke oorzaken voor de regionale verschillen. Toekomstig onderzoek moet het belang uitwijzen van deze verklaringen.

- Acs, Z., N. Bosma, en R. Sternberg (2008), The Entrepreneurial Advantage Of World Cities; Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data, EIM Research Report H200810, Zoetermeer: EIM.
- Audretsch, D.B., en M. Feldman (1996), R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production, *American Economic Review* 86, 630-640.
- Carree, M.A. en A.R. Thurik (2008), The Lag Structure of the Impact of Business Ownership on Economic Performance in OECD Countries, *Small Business Economics* 30, 101-110.
- Fritsch, M. (2008), How Does New Business Formation Affect Regional Development? Introduction to the Special Issue, *Small Business Economics* 30, 1-14.
- Fritsch, M., en P. Mueller (2004), The Effects of New Business Formation on Regional Development over Time, *Regional Studies* 38, 961-975.
- Fritsch, M., en P. Mueller (2008), The Effects of New Business Formation on Regional Development over Time: The Case of Germany, *Small Business Economics* 30, 15-29.
- Fritsch, M. en F. Noseleit (2008), Start-ups, New Business Employment, and the Effects on Incumbents: Who Contributes the Larger Share?, Jena Economic Research Papers 2008 – 068, Jena: Max Planck Institute of Economics.

Jacobs, J. (1969), *The Economy of Cities*, New York: Vintage.

Mueller, P., A. van Stel en D.J. Storey (2008), The Effects of New Firm Formation on Regional Development over Time: The Case of Great Britain. *Small Business Economics* 30, 59-71.

Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Van Stel, A. en K. Suddle (2008), The Impact of New Firm Formation on Regional Development in the Netherlands, *Small Business Economics* 30, 31-47.

De missie van ACE is om het ondernemersklimaat in Nederland te bevorderen. ACE vervult deze missie op basis van haar kerncompetenties: onderzoek en onderwijs. ACE wil het ondernemersklimaat bevorderen door de onderzoeksagenda vorm te geven en de resultaten van onderzoek te communiceren aan ondernemers, corporates en beleidsmakers. Voor vormgeving van de onderzoeksagenda hebben wetenschappers input nodig van deze groepen. ACE is dan ook een netwerk dat dialogen organiseert tussen internationaal bekende wetenschappers, studenten, ondernemers, corporates en beleidsmakers in Nederland. Zo slaat ACE een brug tussen wetenschappelijk onderzoek naar ondernemerschap, politiek en beleid, en het bedrijfsleven, groot en klein. ACE is een initiatief van de Faculteit Economie en Bedrijfskunde van de Universiteit van Amsterdam. ACE wordt gesponsord door Fortis Bank Nederland (hoofdsponsor) en KPMG. ACE werkt structureel samen met (jong) MKB-Nederland en onderzoeksbureau EIM.

Dr. André van Stel

André van Stel werkt als onderzoeker bij ACE. Tevens is hij als onderzoeker werkzaam bij EIM (onderdeel van Panteia). Zijn onderzoek richt zich op de determinanten en economische gevolgen van ondernemerschap.

