

Internationale bedrijfskunde en globalisering



Noordhoff Uitgevers

Haico Ebbers

1^e druk

Internationale bedrijfskunde en globalisering

Haico Ebbers

Eerste druk

Noordhoff Uitgevers Groningen | Houten

Ontwerp omslag: G2K, Groningen - Amsterdam

Omslagillustratie: iStock

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB
Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl

Met betrekking tot sommige teksten en/of illustratiemateriaal is het de uitgever, ondanks zorgvuldige inspanningen daartoe, niet gelukt eventuele rechthebbende(n) te achterhalen. Mocht u van mening zijn (auteurs)rechten te kunnen doen gelden op teksten en/of illustratiemateriaal in deze uitgave dan verzoeken wij u contact op te nemen met de uitgever.

0 / 16



© 2016 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische veelevoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978-90-01-86197-1

ISBN 978-90-01-86196-4

NUR 801

Inhoud

Verantwoording 5

1 Globalisering 9

- 1.1 De wereld verandert 11
 - 1.2 Internationalisering en globalisering 12
 - 1.3 De nieuwste fase van globalisering 18
 - 1.4 Globalisering nader bekeken 21
 - 1.5 Globalisering: een doorzettende trend? 30
 - 1.6 Economische globalisering; een cijfermatige onderbouwing 35
- Samenvatting 50

2 Het tijdperk van de opkomende economieën 53

- 2.1 Het meten van welvaart 55
 - 2.2 Clustering van landen; een cijfermatige analyse 62
 - 2.3 De nieuwe middenklasse 73
 - 2.4 De nieuwe concurrenten 78
 - 2.5 Nederlandse bedrijven en groeimarkten 84
- Samenvatting 92

3 Handelstheorieën 95

- 3.1 Traditionele handelstheorieën 97
 - 3.2 De werkelijkheid is anders 102
 - 3.3 Moderne handelstheorieën 108
 - 3.4 Meten van het comparatieve voordeel 119
- Samenvatting 124

4 Investeringstheorieën 127

- 4.1 De zoektocht naar een overkoepelende theorie 129
 - 4.2 Theorievorming 132
 - 4.3 Het vliegende-ganzenmodel 141
 - 4.4 Internationalisatie als proces 144
 - 4.5 Cultureel management 148
 - 4.6 Het Investment Development Path-theorema 153
- Samenvatting 157

5 Protectionisme 159

- 5.1 De Wereldhandelsorganisatie en vrijhandel 161
 - 5.2 Waarom protectionistische maatregelen? 167
 - 5.3 Voorbeelden van handelsconflicten 178
 - 5.4 Vormen van protectionisme 187
- [Samenvatting 198](#)

6 Regionale handelsblokken 201

- 6.1 Multilaterale vrijhandel en de Wereldhandelsorganisatie 203
 - 6.2 Regionale integratie 207
 - 6.3 Regionale integratie in de praktijk 216
- [Samenvatting 228](#)

7 De Europese Unie: economische, monetaire en politieke integratie 231

- 7.1 Het Europese integratieproces door de jaren heen 233
 - 7.2 De weg naar de Economische en Monetaire Unie 242
 - 7.3 De periode 2000-2008: uitbreiding en verdieping 244
 - 7.4 De periode 2009-2015: de problemen in de eurozone 254
 - 7.5 De effecten van de Europese integratie op het Nederlandse bedrijfsleven 258
- [Samenvatting 265](#)

8 Strategische keuzes 267

- 8.1 Internationalisatie en strategische keuzes 269
 - 8.2 Lagekostenstrategie versus differentiatiestrategie 270
 - 8.3 Internationalisatiemotieven 274
 - 8.4 Entreestrategieën 281
 - 8.5 Lokalisatiestrategie versus globalisatiestrategie 292
 - 8.6 De rol van het hoofdkantoor 297
 - 8.7 Internationale desinvesteringen 299
- [Samenvatting 302](#)

Nawoord 304

Lijst met afkortingen 305

Literatuurlijst 307

Illustratieverantwoording 311

Register 312

Verantwoording

In acht hoofdstukken analyseert *Internationale bedrijfskunde en globalisering* de internationale omgeving waarin bedrijven opereren. Nieuwe spelers zoals China en India integreren steeds verder in de mondiale economie, politiek en cultuur. Hieraan gekoppeld ontstaat een nieuwe middenklasse die vooral sterk groeit in betrekkelijk onbekende (en vaak risicovolle) landen. Ook de bedrijven uit deze opkomende economieën slaan hun vleugels uit, waardoor het internationale concurrentieveld door elkaar wordt geschud. De relatief stabiele internationale economische, technologische en culturele omgeving is veranderd in een snelstromende rivier, waarbij internationaal opererende bedrijven steeds weer moeten reageren en anticiperen op onverwachte wendingen en watervallen. De wereld waarin het bedrijfsleven opereert, verandert. Dat maakt internationalisering noodzakelijk en complex. De nieuwe wereld is op allerlei terreinen zichtbaar. Niet alleen op economisch terrein, maar ook op politiek, technologisch, sociaal en cultureel gebied zien we grote veranderingen en verschuivingen. Dit biedt kansen voor het internationaal opererende bedrijfsleven, maar betekent ook onzekerheid en de noodzaak tot aanpassingsvermogen. Vooral het grotere bedrijfsleven dat vaak al decennia internationaal actief is, heeft grote moeite om de noodzakelijke flexibiliteit te tonen. Men was immers gewend aan een redelijk stabiele bedrijfsomgeving in een wereld die gedomineerd werd door westerse concurrenten, westerse consumenten en westerse overheden. De nieuwe markt ligt echter steeds meer in snelgroeiende economieën. De jaarcijfers van grote bedrijven laten dat zien. Steeds meer omzet wordt gehaald uit snelgroeiende landen die vaak worden geclusterd in overzichten, zoals de BRICS, EAGLEs, Nest-countries of N-11.

De internationale bedrijfsomgeving is gevuld met gemengde en vaak tegenstelde beelden. Het is zaak om deze beelden op hun merites te beoordelen; het gaat om gedegen afwegingen en het juist interpreteren van wat we zien en meten. *Internationale bedrijfskunde en globalisering* geeft een belangrijke bijdrage aan hoe cijfers moeten worden geïnterpreteerd. Zo is China de grootste mondiale exporteur van ledverlichting. In 2014 kwam 73% van alle ledverlichting uit China. Dit is Chinese export, maar drie grote buitenlandse bedrijven domineren de ledverlichting, waarbij Philips veruit de grootste is, gevolgd door GE en Osram. Chinese bedrijven spelen een zeer bescheiden rol. Datzelfde beeld zien we met betrekking tot de iPhone. De iPhones worden in China geassembleerd en dus worden de iPhones gezien als Chinese export. Maar het zal duidelijk zijn dat Apple (en Foxcon; het Taiwanese bedrijf dat de Apple-producten in China in elkaar zet) achter de 'Chinese' export zit.

Gemengde beelden zijn ook van toepassing als we het hebben over de huidige globaliseringsgolf. Het bedrijfsleven ziet aan de ene kant de wereldmarkt groter en groter worden, met nieuwe consumenten en steeds meer

vrijheden om op buitenlandse markten te opereren. Aan de andere kant blijven protectionistische tendensen op de loer liggen; dat hebben we bijvoorbeeld gezien bij de sancties tegen Rusland. De handelssancties door de Europese Unie werd beantwoord met een Russisch boycot van Europese landbouwproducten (vooral groente en fruit). Protectionisme is ook aanwezig via overheidssteun. Veel westerse vliegtuigmaatschappijen moeten concurreren met vliegtuigmaatschappijen uit de Arabische Golfstaten die op allerlei manieren worden geholpen door de overheid. We noemen dit staatskapitalisme. In juni 2015 heeft de Nederlandse overheid dan ook besloten geen extra landingsrechten op Schiphol toe te kennen aan Qatar Airways. Protectionisme met haar tarieven en allerlei niet-tarifaire belemmeringen kunnen dramatisch uitpakken voor bedrijven met buitenlandse avonturen. Gemengde beelden zien we ook als we het hebben over culturele verschillen. Aan de ene kant groeien consumentenvoorkeuren naar elkaar toe. De jonge consument uit Shanghai wijkt in zijn koopgedrag niet veel af van die in Nederland of de Verenigde Staten (VS). Ze hebben een voorkeur voor hetzelfde merk, zitten graag in de Starbucks voor koffie en om te werken, en hebben deels dezelfde helden en idolen. Cristiano Ronaldo heeft 75 miljoen volgers op Facebook; voor een groot deel in Azië. Veel producten worden niet aangepast voor een specifieke markt. Zo is de nieuwste iPhone 6 hetzelfde over de gehele wereld. Ook de reclame-uitingen van Apple worden nauwelijks aangepast aan de lokale cultuur. Aan de andere kant zien we nog wel degelijk (grote) culturele verschillen tussen landen. Grote autofabrikanten als Volkswagen en Audi brengen bepaalde typen specifiek uit in China en India, en grote merken als Coca-Cola, McDonald's en IKEA hebben in China, India, Indonesië en Turkije een ander productassortiment (dat specifiek is toegesneden op de lokale smaakvoorkeuren) dan in Europa en de VS.

Op dit moment zijn nieuwe economische grootmachten als Indonesië, Turkije, Brazilië, China en India de motoren achter de groei van handel en investeringen. Tussen 2010 en 2015 kwam meer dan 65% van de mondiale welvaartstoename uit deze landen in transitie. Vooral de economische machtsverschuiving naar opkomende economieën in Azië is duizelingwekkend. Dit zien we op allerlei manieren terugkomen. In de lijst met de grootste exporteurs en importeurs zien we landen als China, India, Zuid-Korea, Hongkong en Indonesië. Ook op het terrein van internationale investeringen en fusie- en overname-activiteiten zien we steeds meer bedrijven uit opkomende economieën. Het is slechts een kwestie van tijd voordat de investeringen uit deze opkomende economieën groter zullen zijn dan de investeringen uit de Verenigde Staten, de Europese Unie (EU) en Japan gezamenlijk.

'Kwestie van tijd' zal een gevleugelde term blijken te zijn in dit boek. Wat we nu zien gebeuren zal doorzetten. Natuurlijk met allerlei strubbelingen, maar de onderliggende factoren achter de veranderende wereld blijven in de toekomst doorwerken; worden misschien wel sterker dan dat ze nu al zijn. Dat betekent dat bedrijven voldoende aanpassend vermogen moeten bezitten om in de nieuwe wereld te overleven.

Flexibiliteit en aanpassingsvermogen zijn centrale begrippen in het boek. Strategieën, merken, verdienmodellen en producten zijn niet voor de eeuwigheid. Aanpassingen zijn nodig als de (internationale) bedrijfscontext verandert. Datzelfde zien we ook bij theorieën die vaak lang geleden zijn ontwikkeld, maar die nu aangepast moeten worden aan de nieuwe wereld.

Zoals gezegd, internationaal opererende bedrijven worden geconfronteerd met gemengde beelden over de externe omgeving. Daarbij kunnen managers en ondernemers niet meer blind terugvallen op theorieën die ze in hun studie hebben geleerd. Tel daarbij op dat men steeds sneller besluiten moet nemen vanwege de snelheid waarmee de wereld verandert, en het is duidelijk: internationaal zakendoen is een moeilijke opgave. Dit boek geeft enig houvast om de juiste strategische beslissingen te nemen.

Het schrijven van *Internationale bedrijfskunde en globalisering* was niet mogelijk geweest zonder mijn studenten. Juist de discussies in de collegezalen hebben als input gediend voor de structuur van het boek en zijn onderwerpen. Door die colleges en discussies was ik in staat om mijn gedachten in dit boek te ordenen. Ook de discussies met mijn collega Pieter Klaas Jagersma hebben hieraan bijgedragen. Zijn ideeën en gedachten zijn door het hele boek terug te vinden. Ik kon gelukkig het laatste jaar gebruikmaken van enkele student-assistenten die me hebben geholpen met de vele figuren, tabellen en overzichten. Ook het actualiseren van veel zaken kon ik met een gerust hart aan hen overlaten. Mijn dank gaat met name uit naar Karlijn Groen en Hong Dai. Ik wil ook graag mijn vriend en collega Arie Buijs bedanken. Hij stimuleerde me om het manuscript in te sturen en heeft me in contact gebracht met uitgever Ageeth Bergsma van Noordhoff Uitgevers. Ageeth, dank voor je vertrouwen en de goede gesprekken die we over het boek hebben gehad. Halverwege heeft Petra Prescher de taken van Ageeth overgenomen. Petra: mijn complimenten voor de wijze waarop je het proces hebt begeleid. Lof voor Ennelyn Soudant en David Schuitmaker. De inhoudelijke en tekstuele opmerkingen van David hebben het boek veel beter en toegankelijker gemaakt. Zijn commentaar was bijna altijd raak. Ik denk dat hij het boek beter kent dan ikzelf! De punten die Ennelyn aangaf in het manuscript hebben het boek mooier gemaakt. Natuurlijk draag ik ook dit boek op aan Rinkse, Mayke en Koen. Rinske, het is ook nu weer een gezamenlijk project geworden! Dank voor je steun.

Prof. dr. Haico Ebbers
Januari 2016



1

Globalisering

Internationalisering en globalisering zijn ingeburgerde begrippen geworden in onze maatschappij. Iedereen heeft wel een mening over de effecten van globalisering en merkt de effecten van internationalisering. In dit hoofdstuk gaan we in op enkele concepten, begrippen en misverstanden over globalisering. We hanteren daarbij het uitgangspunt dat globalisering verder gaat dan internationalisering. Globalisering betekent een sterke onderlinge afhankelijkheid op mondiaal niveau. Globalisering wordt in dit hoofdstuk beschreven in termen van internationale handel en directe investeringen (de economische globalisering). Hoewel ook politieke, sociale en culturele aspecten aan bod komen, ligt de nadruk op de economische integratie.

Stereotypebeelden	11	Multinationale onderneming	26
Opkomende economieën	15	Transnationaliteitsindex	27
Globalisering 3.0	19	Antiglobalisten	33
Economische globalisering	21	Wederuitvoer	37
KOF-globaliseringsindex	23	Intrahandel	39
Directe investeringen	26	Exportstructuur	41

Openingscasus

1

Wakker worden!

‘Na mijn bezoek aan India was het me duidelijk: ik had de afgelopen jaren geslapen. De wereld was structureel aan het veranderen en ik heb dat gemist. Nieuwe spelers in de mondiale economie zijn opgestaan en de Amerikaanse burger, het bedrijfsleven en de politiek is hier niet klaar voor; ziet het niet of wil het niet zien. Ik ging naar mijn directeur en gaf aan dat ik meteen een verlofperiode nodig had omdat mijn software – mijn intellectueel raamwerk dat bepaalt hoe ik naar de wereld kijk – achterhaald was. Ik zei tegen hem: ‘Als ik niet direct een (betaalde) sabbatical krijg en mijn software niet kan uploaden, ga ik stompzinnige dingen schrijven over de wereldeconomie in *The New York Times*. Dat lijkt me niet handig.’ (Thomas Friedman)

De wereld verandert. Thomas Friedman heeft dit kernachtig samengevat in een lezing waarin de journalist aangaf waarom hij een sabbatical nodig had van zijn werkgever *The New York Times* om een boek te schrijven over de ‘platmakers’ van de wereld: de drijvende krachten achter de huidige globalisering. Het bovenstaande citaat komt uit deze toespraak. Zijn boek *The world is flat; a brief history of the globalized world in the 21st century* uit 2005 is een enorm succes geworden. Het leek alsof iedereen opeens wakker schrok en zich de vraag stelde in wat voor nieuwe wereld we eigenlijk zijn terechtgekomen.

1.1 De wereld verandert

Wie had vijftien jaar geleden gedacht dat een land als China de belangrijkste motor zou zijn achter de mondiale economische ontwikkeling? En wie had toen gedacht dat bedrijven uit landen als Brazilië, Mexico, India en China wereldwijde spelers zouden zijn? Ook was het aan het eind van de jaren negentig nauwelijks voor te stellen dat gesloten landen zoals Tsjechië, Slowakije en Polen vijftien jaar later tot de meest economisch geïntegreerde landen van de wereld zouden behoren. Veranderingen gaan snel. Het is bijna niet voor te stellen dat (voormalig) marktleider Nokia in 2014 voor een kleiner bedrag door Microsoft is overgenomen dan het bedrag dat ze voor Skype hebben betaald. Voor Skype werd 7 miljard euro betaald. Voor de mobilijestak van Nokia slechts 5,5 miljard euro. En dan te bedenken dat Nokia de helft van de mondiale smartphones verkocht in 2007. Skype, een bedrijf dat nog geen tien jaar oud is, was meer waard dan een bedrijf dat vanaf 1981 wereldmarktleider was.

Veel internationaal actieve ondernemingen zijn het afgelopen decennium overvallen door de snelle technologische veranderingen en de hieraan gereleerde internationale concurrentie. Men wist eenvoudigweg niet wat men moest doen met de soms verwoestende invloed van internet. Bedrijven als Apple, Amazon, Google en Facebook hebben het technologische landschap veranderd en daardoor ook allerlei traditionele verdienmodellen. Treffende voorbeelden zijn de internationale muziekindustrie (gedomineerd door onder meer iTunes) en de media (gedomineerd door Amazon). Traditionele ondernemingen die tot voor kort alleen actief waren in de 'materiële' wereld hebben grote moeite om met deze nieuwe technologische realiteit om te gaan. In de uitgeefsector regent het sinds enkele jaren internationale faillissementen. Een ooit fameus internationaal zakenblad als *BusinessWeek* werd in 2009 voor het symbolische bedrag van 1 dollar overgenomen door een concurrent. Een jaar later werd ook *NewsWeek* voor 1 dollar verkocht. Beide tijdschriften waren weggevaagd door de digitale media en draaiden jaarlijks vele tientallen miljoenen dollars verlies. Datzelfde zien we in de Nederlandse boekensector. De gerenommeerde boekhandelketen Selexyz moest haar deuren sluiten en haar opvolger Polare werd in 2014 failliet verklaard. Hetzelfde beeld hebben we gezien bij de Free Record Shop en elektronicawinkelketens zoals de Harense Smid en It's. Het oude verdienmodel paste niet meer op de nieuwe economische en technologische werkelijkheid.

Nieuwe technologische realiteit

Ook de economische situatie in China, India en andere snelgroeiende economieën verandert snel, terwijl veel ondernemers en beleidsmakers nog steeds stereotypebeelden in hun hoofd hebben. Er heerst nog steeds de gedachte dat de Chinezen niet kunnen innoveren, terwijl bijna 40% van de Chinese export uit hightechproducten bestaat. Kijk naar Baidu, de Chinese Google en Chinese bedrijven als Lenovo en Huawei; zeer vernieuwende en innovatieve bedrijven. Dit zal zeker gevolgen hebben voor de intensiteit van de concurrentie uit het Verre Oosten. Kapitaal- en kennisintensieve sectoren in Nederland zullen de concurrentie voelen. De zoektocht naar de koopkrachtige middenklasse vindt nog steeds plaats in de traditionele westerse landen, terwijl in 2020 al meer dan 50% van de mondiale middenklasse in Azië zal wonen en werken. Dit betekent dat bedrijven inzicht moeten krijgen in de kooppatronen van een nieuwe groep klanten; vaak klanten die het product voor de eerste keer aanschaffen.

Stereotypebeelden

Polare officieel failliet verklaard, winkels blijven open

Boekwinkelketen Polare is vandaag officieel failliet verklaard. De keten had eerder al uitstel van betaling aangevraagd, maar op verzoek van de tijdelijke bewindvoerder is dat omgezet in een faillissement. De twintig winkels blijven voorlopig open.



In deze snel veranderende wereld moet leiding worden gegeven en moeten keuzes worden gemaakt. Wat ondernemers, managers en beleidsmakers moeten weten is dat ze leven in een nieuwe wereld. Dat is tegelijkertijd uitdagend en risicovol.

1.2 Internationalisering en globalisering

In veel publicaties worden de begrippen 'internationalisering' en 'globalisering' door elkaar gebruikt. We geven door het gehele boek heen de nuanceverschillen aan tussen beide begrippen, maar hanteren vooral de term 'globalisering', omdat we het mondiale karakter, het mondiale denken en de wederzijdse afhankelijkheid willen benadrukken. Globalisering geeft aan dat er meer aan de hand is dan alleen maar internationalisering. Als een bedrijf bijvoorbeeld haar vleugels uitslaat via export of investeringen in het buitenland is er sprake van internationalisering, maar het betekent niet dat men afhankelijk is van het buitenland. Ook is aanpassing aan de buitenlandse klant waarschijnlijk niet nodig en zijn de meeste toeleveranciers nog steeds dicht bij huis te vinden. Het buitenland betekent een extra markt,

Globalisering

Internationalisering

maar van afhankelijkheid is geen sprake. Dat is bij globalisering anders. In dat geval wordt het bedrijf sterk beïnvloed door de buitenlandse klant, buitenlandse concurrenten en ontwikkelingen op buitenlandse markten. De economische integratie is dan zo ver gevorderd dat ontwikkelingen in het buitenland grote gevolgen hebben voor de omzet en winstgevendheid van het bedrijf. Het grotere Nederlandse bedrijfsleven is volledig geïntegreerd en afhankelijk van buitenlandse markten. DSM haalt meer dan 95% van haar omzet buiten Nederland en haalde in 2015 ruim 44% van haar omzet in snelgroeïende en opkomende markten. Dit zelfde beeld zien we bij bedrijven als Philips en Randstad, die 98% respectievelijk 85% van hun omzet buiten Nederland halen (2015). Ook het Nederlandse midden- en kleinbedrijf (MKB) met minder dan 250 werknemers wordt steeds meer afhankelijk van buitenlandse consumenten, hoewel het MKB in vergelijking met grote bedrijven beduidend minder actief is op buitenlandse markten. De export draagt gemiddeld 10% bij aan de omzet van de gemiddelde MKB'er in Nederland (2015). Van het Kleinbedrijf tot vijftig werknemers is slechts een derde internationaal actief. Bij het middelgrote bedrijfsleven (50-250 werknemers) is daarentegen bijna de helft van de bedrijven actief op buitenlandse markten. Het aandeel van het MKB in de totale buitenlandse investeringen is slechts 1% (CBS 2015). De rol van het MKB is echter groter dan deze cijfers aangeven. Zo is het MKB een belangrijke toeleverancier van het exporterende grootbedrijf.

MKB

Twee aspecten die met globalisering worden geassocieerd zijn de toenevende macht van grote mondiale bedrijven en de al eerder genoemde opkomst van opkomende economieën (of *emerging markets*) op het wereldtoneel. Overigens kun je stellen dat gezien de rol die deze landen nu al spelen in de wereldeconomie, we niet meer moeten spreken van opkomende markten, maar van opgekomen markten. Het is namelijk duidelijk dat een land als China beschouwd moet worden als economische supermacht. Beide ontwikkelingen worden in de volgende subparagrafen kort besproken.

1.2.1 Mondiale bedrijven

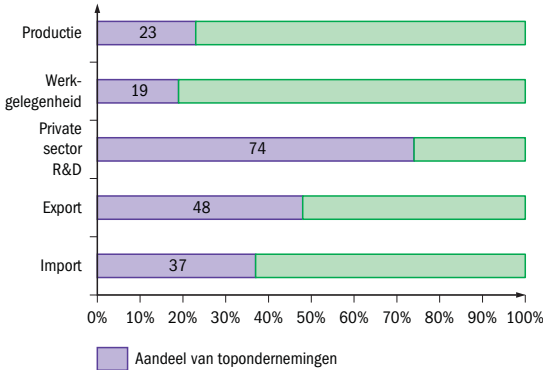
De jaaromzet van grote internationale ondernemingen is vaak groter dan de economie van middelgrote landen. De omzet van bijvoorbeeld Walmart, de grootste Amerikaanse detailhandelsketen, lag in 2015 met ruim 485 miljard dollar boven het bruto binnenlands product (bbp) van landen als Thailand, Denemarken en Oostenrijk. Hoewel het vergelijken van de omzet van een bedrijf met de grootte van het bruto binnenlands product van een land onderzoekstechnisch niet geheel juist is, maakt het duidelijk hoe groot mondiale bedrijven zijn.

Recent onderzoek van onder andere het Amerikaanse consultancybureau McKinsey naar de invloed van het grotere bedrijfsleven in de VS, laat het belang voor de binnenlandse economie zien. In het onderzoek van 2011 is gekeken naar de invloed van 2.200 Amerikaanse toponderningen op de Amerikaanse economie. Deze multinationale ondernemingen maken slechts 0,8% van het totaal aantal actieve bedrijven in de VS uit, maar figuur 1.1 laat zien dat ze 23% van de totale productiewaarde voor hun rekening nemen en dat 19% van de werkgelegenheid in de private sector door deze toponderningen wordt gecreëerd. Driekwart van alle uitgaven aan onderzoek en ontwikkeling (research en development (R&D)) in de private sector wordt gedaan door deze 2.200 bedrijven. Bijna de helft van de Amerikaan-

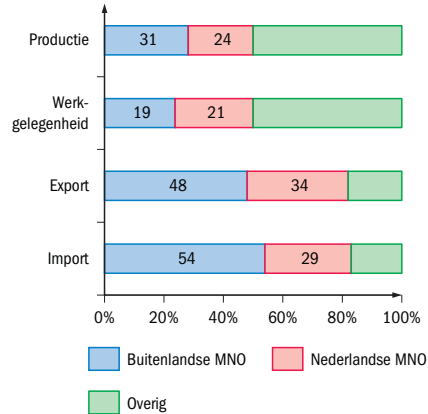
Impact grote bedrijven

se export vindt hier plaats. Ook het aandeel in de totale import is met 37% substantieel te noemen.

FIGUUR 1.1 Invloed van toponderningen in de Verenigde Staten, aandelen van totaal, 2010



Belang buitenlandse en Nederlandse multinationale ondernemingen in Nederland, procenten, 2013



Bron: McKinsey Global Institute (2011) en CBS (2015)

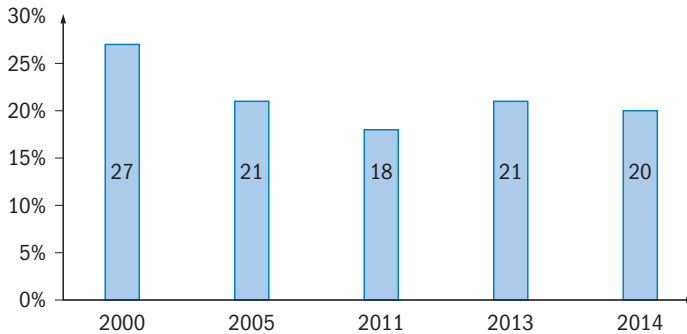
In Nederland is door het CBS eveneens onderzoek gedaan naar het belang van het grotere bedrijfsleven voor de Nederlandse economie. De aandacht is daarbij gericht op multinationale ondernemingen (MNO's). In de *Internationaliseringsmonitor* van juli 2015 worden de MNO's verdeeld in Nederlandse- en buitenlandse ondernemingen. Bij buitenlandse MNO's ligt de uiteindelijke zeggenschap in het buitenland. Nederlandse MNO's zijn bedrijven in Nederlandse handen met dochterbedrijven in het buitenland. Het Nederlandse onderzoek heeft zich niet gericht op R&D-uitgaven, maar de overige factoren uit het McKinsey-rapport met betrekking tot de VS zijn wel meegenomen door het CBS.

Figuur 1.1 maakt duidelijk hoe groot het belang van deze MNO's is. In 2013 vormden de MNO's iets meer dan 1% van de Nederlandse bedrijven. De helft hiervan is in buitenlandse handen. Circa 55% van de totale productie komt voor rekening van MNO's. Ze zorgen voor ruim 40% van de banen in het Nederlandse bedrijfsleven en nemen meer dan 80% van de internationale handel voor hun rekening.

Invloed op economie gastheer

Mondiale bedrijven hebben niet alleen grote invloed op de binnenlandse economie, maar ook op de economie in landen waar men te gast is. Een voorbeeld van een bedrijf dat grote invloed heeft op de economie van zijn gastheer is het Amerikaanse Intel. Het bedrijf besloot om in de jaren negentig op grote schaal de productie van haar computerchips te verplaatsen naar het Midden-Amerikaanse Costa Rica. De export van Intel maakt vanaf dat moment een aanzienlijk deel uit van de Costa Ricaanse export. In 2000 was het exportaandeel van Intel 27%. In 2005 had Intel een bijdrage van 21% in de totale export van dat jaar. Tussen 2010 en 2014 schommelt het rond de 20%. Zie figuur 1.2.

FIGUUR 1.2 Aandeel (%) export Intel in de Costaricaanse export, 2000, 2005, 2011, 2013 en 2014



Bron: Nationaal Statistisch Bureau Costa Rica (2014)

Intel is ook belangrijk voor Israël. Het was in 2014 verantwoordelijk voor ruim 12% van de totale Israëliëse export en voor ruim een kwart van alle hightech-export.

De invloed van het buitenlandse bedrijfsleven in China is eveneens enorm. Daarbij moet wel worden opgemerkt dat in de Chinese statistieken een joint venture waarbij de Chinese en buitenlandse partner gezamenlijk een nieuw bedrijf oprichten, wordt gezien als een buitenlands bedrijf. De joint venture tussen FrieslandCampina en China Huishan Dairy Holdings Company Limited is op 1 april 2015 gestart onder de naam Friesland Huishan Dairy. Beide ondernemingen hebben een belang van 50% in de nieuwe onderneming. Binnen de Chinese statistieken is deze joint venture dus een buitenlands bedrijf. Het blijkt dat in 2015 50% van de Chinese export plaatsvond bij het buitenlandse bedrijfsleven. Statistisch gezien is het Chinese export, maar de export gebeurt grotendeels door buitenlandse bedrijven in China. Er is uitgerekend dat de productie in en export vanuit China door het Amerikaanse bedrijf Walmart voor 30% heeft bijgedragen aan het Amerikaanse handelstekort met China in 2010.

Mondiale bedrijven die wereldwijd opereren zijn dus groot en hebben substantiële invloed op de lokale economieën. Steeds meer bedrijfsactiviteiten vinden plaats in de snelgroeiende opkomende markten.

1.2.2 Opkomende economieën

De opkomst van nieuwe spelers in de wereldeconomie is duidelijk zichtbaar in de statistieken. Op dit moment nemen de opkomende economieën ongeveer 40% van de mondiale productie voor hun rekening (2015). Maar dit aandeel stijgt snel. In 2025 zal het de 50% passeren en oplopen tot 60% in 2040. Dezelfde tendens zien we met betrekking tot de mondiale consumptie. De verwachting is dat binnen vijftien jaar meer dan 50% van de mondiale consumptie plaats zal vinden in deze opkomende economieën.

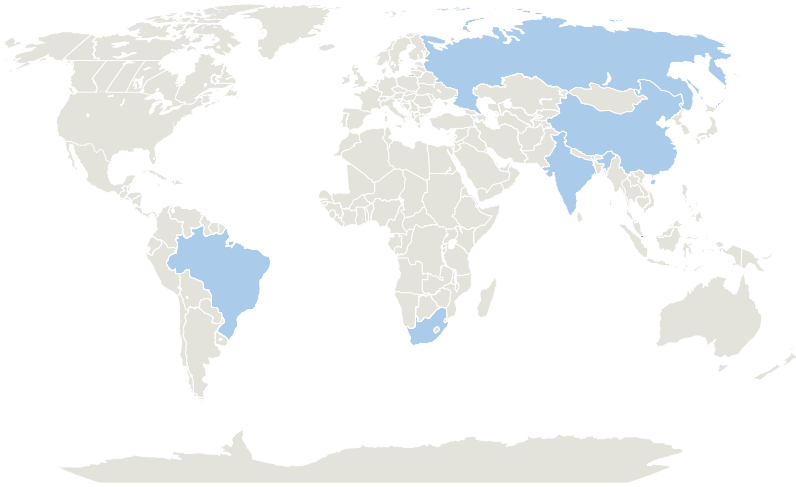
Omdat de groep opkomende economieën zo divers is, zijn er aanzetten gedaan om deze landen te clusteren. Er zijn allerlei termen in omloop geraakt met steeds verschillende groepssamenstellingen. Voorbeelden zijn de BRICS (Brazilië, Rusland, India, China en Zuid-Afrika), de N-11, de EAGLES en een groep van landen die weliswaar nog geen grote impact hebben op

**Opkomende
economieën**

BRICS

de mondiale economie, maar wel de potentie hebben uit te groeien tot economische zwaargewichten: de 'Nest-landen'. De term BRIC werd in 2001 gebruikt in een onderzoek van zakenbank Goldman Sachs over de invloed van deze vier landen op de wereldeconomie. In 2012 is Zuid-Afrika bij de originele vier landen gevoegd vanwege zijn dominerende rol in Afrika. De S van South-Africa kwam erbij. Vanaf begin 2012 spreken we daarom van de BRICS (zie figuur 1.3).

FIGUUR 1.3 De BRICS



EAGLEs

De Spaanse investeringsbank BBVA introduceerde in 2010 twee nieuwe groepen van opkomende economieën. De *Emerging And Growth-Leading Economies* (EAGLEs) en de *Nest-countries*. In de EAGLEs zitten landen als Indonesië, Nigeria, Mexico en Turkije. Voorbeelden van landen die in de Nest-groep zitten zijn Vietnam, Polen en Zuid-Afrika. Ten slotte heeft Goldman Sachs enkele jaren geleden een afzonderlijke groep samengesteld: de N-11 (of *Next Eleven*). Het gaat om elf landen met veelbelovende economische vooruitzichten, met voldoende 'politieke rijpheid', 'openheid van handel en investeringsbeleid', 'kwaliteit van het onderwijs' en 'macro-economische stabiliteit'. Ze worden beschouwd als toekomstige top 20-economieën. De N-11 bestaat onder andere uit Bangladesh, Indonesië, Mexico, Pakistan, Filippijnen, Zuid-Korea, Turkije en Vietnam.

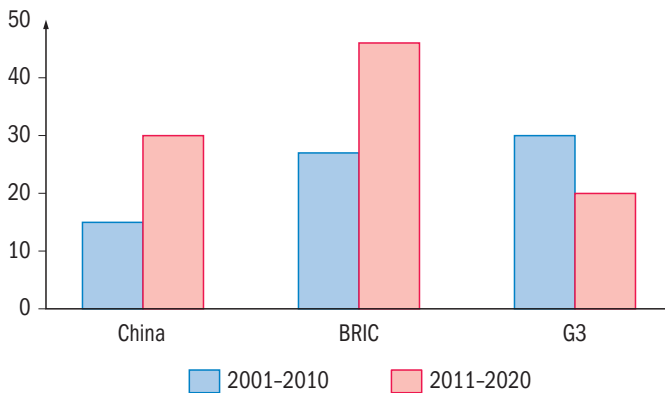
N-11

Hoe we deze landen ook noemen, ze hebben een gezamenlijk kenmerk: ze ondergaan een snelle economische, sociale en politieke transformatie, groeien relatief snel, hebben concurrerende bedrijven die hun vleugels uitslaan, hebben een relatief grote bevolking en herbergen een belangrijk deel van de nieuwe mondiale middenklasse.

De originele BRIC (en dan vooral China en India) zijn de motoren achter de mondiale economische groei vanaf de economische crisis van 2008 en zullen ook de aankomende jaren de mondiale groei grotendeels beïnvloeden. Zakenbank Goldman Sachs heeft berekend hoe belangrijk de vier originele BRIC-landen in de komende jaren zullen zijn voor de wereldeconomie

(zie figuur 1.4). Tussen 2011 en 2020 zullen deze vier landen bijna de helft van de mondiale welvaartscreatie voor hun rekening nemen. China alleen is goed voor 30% van de groei van de wereldeconomie tussen 2011 en 2020. De bijdrage van de BRIC aan de mondiale groei tussen 2001 en 2010 lag op 27%. De bijdrage van de G3 (Verenigde Staten, Japan en de Europese Unie) valt terug van 30% (in de periode 2001-2010) tot 20% (in de periode 2011-2020). We zullen in meerdere hoofdstukken nog op de BRICS terugkomen, maar het is duidelijk dat ze een prominente rol spelen in het globaliseringproces; vooral China en India zullen een vooraanstaande rol gaan spelen. Overigens is vanaf 2014 het belang van de BRICS voor de mondiale groei tussen 2010 en 2020 licht naar beneden bijgesteld.

FIGUUR 1.4 Bijdrage (%) aan mondiale economische groei; 2001–2020



Noot: G3 staat voor VS, Japan en EU

Bron: Gebaseerd op publicaties van Goldman Sachs, BRICS Monthly

Het internationaal opererende bedrijfsleven heeft de snelgroeiende buitenlandse markten steeds meer nodig. Toch is het aandeel van de opkomende economieën in de totale opbrengsten van het grotere mondiale bedrijfsleven nog relatief laag (we zullen hier in het volgende hoofdstuk verder op ingaan). Maar dat gaat veranderen. De opkomst van de nieuwe snelgroeiende economieën en hieraan gerelateerd de opkomst van de mondiale middenklasse zijn ontwikkelingen die we niet eerder op deze schaal in de wereldgeschiedenis hebben meegemaakt. De gehele wereldorde zal veranderen en het internationaal opererende bedrijfsleven zal alleen maar internationaal kunnen blijven concurreren als men oog heeft voor deze ontwikkelingen. Ook het MKB zal geconfronteerd worden met de concurrentie uit nieuwe snelgroeiende landen, met name uit het Verre Oosten. Dit zal vooral voelbaar zijn voor de maakindustrie. Maar ook het MKB kan profiteren van nieuwe markten met koopkrachtige consumenten; het is pas net begonnen de weg naar ver gelegen markten te vinden. Ook zij zullen moeten bepalen op welke wijze men hiervan kan profiteren.

1.3 De nieuwste fase van globalisering

Globalisering is niet een nieuw fenomeen. Er zijn auteurs die de globalisering laten beginnen in 1492 met de ontdekking van Amerika en de toenemende handel tussen de oude en nieuwe wereld. Anderen richten zich met name op het globaliseringsdenken als economische doctrine en zien het startpunt van het globaliseringstijdperk samenvallen met de val van de Berlijnse Muur in 1989. Ook wordt het moment dat de eerste mens in de ruimte zweefde en de aarde als één geheel zag en daar een foto van maakte, als startpunt van globalisering beschouwd. Onze visie is dat globalisering is begonnen in de jaren vijftig van de vorige eeuw. Het is zeker zo dat er vanaf de zestiende eeuw sprake was van een sterke toename van internationale handel in combinatie met buitenlandse investeringen. Denk aan onze eigen 'Vereenigde Oostindische Compagnie' (VOC). De VOC wordt gezien als de eerste echte multinationale onderneming ter wereld. Ook zagen we vanaf de industriële revolutie (begin negentiende eeuw) meer en meer bedrijven hun vleugels internationaal uitslaan. Maar dit waren incidenten en vooral gericht op koloniale gebieden. De aandacht was vooral gericht op de binnenlandse consument. Goederen en diensten werden dicht bij huis verkocht en er was geen sprake van wederzijdse, internationale economische afhankelijkheid. Dat veranderde in de jaren vijftig en zestig.

1.3.1 Van globalisering 1.0 naar globalisering 3.0

Als we het globaliseringsproces laten beginnen in de jaren vijftig van de vorige eeuw, kunnen we het globaliseringstijdperk in drieën verdelen waarbij vooral in de laatste fase sprake is van de opkomst van Azië. De opkomst van Azië in de wereldeconomie betekent een verschuiving van economische macht van het 'Westen' naar het 'Oosten' en het einde van de westerse economische dominantie.

De eerste globaliseringsgolf ontrolde zich in de jaren vijftig en loopt door tot de eerste oliecrisis van 1973. Dit was een periode van economische voorspoed en toename van koopkracht in de westerse wereld. Bedrijven zochten steeds meer en sneller naar de buitenlandse consument. Internationalisering in deze periode werd echter bemoeilijkt door allerlei barrières, zoals hoge importtarieven. Overheden probeerden deze barrières via afspraken te verlagen. De belangrijkste handelsnaties hebben de globalisering in deze periode ondersteund via internationale overeenkomsten om handelsbarrières te verlagen. De in 1947 opgerichte *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT), als voorloper van de Wereldhandelsorganisatie (*World Trade Organization*; WTO), is hiervan een goed voorbeeld. Onderhandelingen binnen de GATT zorgden voor een vrijere wereldhandel zodat bedrijven internationaal konden ondernemen. Daarnaast waren er ook honderden bilaterale overeenkomsten tussen landen om de onderlinge handel te bevorderen. Deze eerste fase van globalisering – globalisering 1.0 – kan dan ook worden getypeerd als overheidsgedreven globalisering. De samenwerkingsbereidheid tussen landen en het liberaliseren van de internationale handel binnen de GATT stokten in de jaren zeventig vanwege de twee oliecrises en de hieraan gerelateerde economische crises.

Globalisering 1.0
Overheidsgedreven globalisering

Globalisering 2.0

Globalisering 2.0 heeft betrekking op de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw. In deze tweede fase werd globalisering vooral geïnitieerd en gestimuleerd door het internationaal opererende bedrijfsleven. Het bedrijfs-

leven werd steeds internationaler en eiste van overheden en internationale instituten zoals de GATT (later opgevolgd door de WTO) dat ze handelsbelemmeringen verder en sneller verlaagden. De macht van het internationale bedrijfsleven groeide. We zagen al eerder dat multinationale ondernemingen per jaar soms meer produceren dan individuele landen. Ook konden grote delen van het productieproces relatief eenvoudig in meerdere delen van de wereld plaats vinden. Deze economische macht van het mondiale bedrijfsleven was een kracht die overheden niet konden negeren. Daarbij omarmden grote delen van de westerse wereld het liberalisme en kapitalisme waarbij bedrijven in vrijheid mochten opereren. Globalisering 2.0 kan dan ook worden getypeerd als bedrijfsgeleide globalisering, waarbij overheden reageerden op de wensen en eisen vanuit het internationale bedrijfsleven om de wereldhandel vrijer te maken.

**Bedrijfsgeleide
globalisering**

We zitten nu in de fase van globalisering 3.0, waarin iedereen overal in de wereld zijn producten en diensten kan aanbieden. De kern van deze nieuwe globaliseringsgolf is het individu en de individuele creativiteit. Door het internet is internationaal zakendoen goedkoper, sneller en gemakkelijker geworden. Met een druk op de knop of veeg over het scherm worden mogelijke zakenpartners over de landsgrenzen heen aan elkaar gekoppeld. Er ontstaat een situatie waarbij iedere klant, overheidsorganisatie of toeleverancier digitaal bereikbaar is. In beginsel is dankzij internet iedereen bereikbaar en aanspreekbaar. Bedrijven, hoe klein ook, en individuen kunnen direct mondiaal opereren. Globalisering 3.0 kan worden beschreven als de mondialisering van het individu. Binnen deze nieuwste fase van globalisering is de opkomst van Azië een tendens die het bedrijfsleven in al haar aspecten raakt.

Globalisering 3.0

**Mondialisering
van het individu**

1.3.2 Azië integreert in de wereldeconomie

Het is voor een ieder zichtbaar dat veel van de huidige economische dynamiek in Azië ligt. De regio is de belangrijkste motor van de recent haperende wereldeconomie en dit zal in de toekomst nog duidelijker worden. Natuurlijk gaan ook Aziatische landen door cyclische perioden heen met lagere groei en tegenvallende internationale handelscijfers, maar er is sprake van een hoge structurele groei. In het algemeen is het beter te spreken over de wederopstanding van Azië dan over de opkomst van Azië. Er is consensus onder economen en historici dat landen zoals China en India tot aan de eerste decennia van de negentiende eeuw de grootste economieën ter wereld waren. Pas vanaf 1850 zien we de opkomst van Europa en later Noord-Amerika.

Deze economische wederopstanding van Azië transformeert de wereld. De afgelopen honderdvijftig jaar lag het economische zwaartepunt in het Westen. Landen als de Verenigde Staten, Canada en de West-Europese landen, aangevuld met Japan, domineerden de wereldeconomie en ook de discussies in de WTO en andere mondiale instellingen. Maar het laatste decennium maakt duidelijk dat deze westerse dominantie ten einde loopt. Bevolkingsgroei, economische groei en productiviteitsgroei liggen structureel hoger in opkomende economieën. Het Westen zal nog lange tijd de sterkste beschaving zijn met het hoogste bruto nationaal inkomen per hoofd van de bevolking en de hoogst opgeleide bevolking, maar het zal niet langer de wereld kunnen domineren zoals het lange tijd heeft gedaan.

**Wederopstanding
van Azië**

De inhaalslag die de Aziatische regio maakt is fenomenaal. De wederopstanding van de Aziatische economieën is te danken aan de implementatie

van wat Kishore Mahbubani *the seven pillars of Western wisdom* noemt. In zijn boek *The New Asian Hemisphere. The Irresistible Shift of Global Power to the East*, geeft Mahbubani aan dat de drijvende krachten achter het succes van het Westen nu zijn omarmd in het Oosten.

Deze zeven pilaren van westerse wijsheid zijn achtereenvolgens:

- 1 De vrije markteconomie: de basisprincipes van de vrije markteconomie zijn inmiddels door veel Aziatische landen (grotendeels) overgenomen. Er is sprake van vergaande liberalisatie en flexibilisering van de economie. In 2015 bestaat bijvoorbeeld ruim 68% van de Chinese economie uit private bedrijven die merendeels in economische vrijheid opereren.
- 2 Wetenschap en technologie: in 2015 woont 72% van de afgestudeerde wetenschappers in Azië. Dit betekent een enorme verschuiving in de mondiale kennis van wetenschap en technologie.
- 3 Meritocratie: iedereen moet de kans hebben zich te ontplooiën. Op deze wijze zullen de beste mensen uiteindelijk boven komen drijven. Men ziet in landen als China, Turkije, Zuid-Afrika, Vietnam en India steeds grotere sociale mobiliteit doordat grote delen van de bevolking de kans krijgen zich te ontplooiën. We hebben dat bijvoorbeeld in India gezien in de zomer van 2014 toen Narendra Modi, die uit een relatief lage kaste komt, tot premier werd gekozen.
- 4 Pragmatisme: overheidsbeleid moet niet te dogmatisch zijn, maar zich aanpassen aan veranderende tijden. Veel Aziatische landen hanteerden een groeistrategie gericht op export en lage lonen. De afgelopen jaren is duidelijk geworden dat dit groeimodel moet veranderen. Landen als China, Vietnam en Indonesië hebben daarom een nieuwe groeistrategie geformuleerd met meer aandacht voor innovatie en een andere (minder prominente) rol van de overheid.
- 5 Vrede en stabiliteit: in de jaren zestig en zeventig was de Aziatische regio hopeloos verdeeld, met oorlogen en harde confrontaties tot gevolg. We zagen tegenstellingen tussen Noord- en Zuid-Vietnam, tussen India en Bangladesh, tussen Noord- en Zuid-Korea en tussen India en Pakistan. Dat is nu wel anders: de regio is een bakken van relatieve rust. Natuurlijk zijn er geopolitieke spanningen (denk aan de problemen tussen Japan en China omtrent de Senkaku / Diaoyutai eilandengroep in de Oost-Chinese Zee), maar door zich te richten op economische ontwikkeling en samenwerking in plaats van op militaire confrontaties wordt welvaart gecreëerd. Japan en Taiwan zijn ondanks de politieke tegenstellingen, de grootste investeerders in de Chinese economie.
- 6 Rechtsstaat: een moderne rechtsstaat die burgers en bedrijven zekerheid en transparantie biedt, is een voorwaarde voor economische ontwikkeling. Ondernemerschap, investeringen en innovatief gedrag worden door de 'rule of law' gestimuleerd. Dit is essentieel voor stabiele economische groei. Aziatische landen nemen steeds meer internationale wetgeving over en ontwikkelen zich stap voor stap richting de moderne westerse rechtsstaat.
- 7 Onderwijs: het onderwijs in Azië is inmiddels toegankelijk geworden voor een groot deel van de bevolking. Analfabetisme is sterk gereduceerd en in de meeste landen is de kwaliteit van het onderwijs verbeterd.

Het gevolg van deze keuzes is de wederopstanding van de Aziatische regio met een doorzettende economische ontwikkeling, een sterke groei van de middenklasse en geduchte concurrenten.

1.4 Globalisering nader bekeken

We hebben in de vorige paragraaf de globaliseringsfasen en de opkomst van Azië met een economische bril bekeken. Maar het zal duidelijk zijn dat globalisering meer is dan economie en economische integratie. Het is daarom zaak om deze enge definitie van globalisering te verruimen tot een bredere definitie. Dit gaan we doen in subparagraaf 1.4.1. Een voorbeeld van een ruime definitie van globalisering is de zogenaamde KOF-index, die aangeeft welke landen het meest geïntegreerd zijn in de wereld (zie subparagraaf 1.4.2). KOF is het acroniem voor het Duitse woord *KONjunktur For-schungsstelle*. Natuurlijk is het zo dat multinationale ondernemingen de hoofdrol spelen in de economische globalisering. We zullen in subparagraaf 1.4.3 een korte introductie geven over de relatie tussen internationale handel, buitenlandse investeringen en de multinationale onderneming. Ten slotte gaan we in subparagraaf 1.4.4 in op de wijze waarop we de mate van internationalisering van multinationale ondernemingen kunnen meten.

1.4.1 Van een enge naar een ruime definitie

In het algemeen wordt gekeken naar internationale handel en investeringsstromen als we het hebben over globalisering. Maar globalisering kan op verschillende niveaus worden geanalyseerd. We kunnen onderscheid maken tussen:

- economische globalisering (handels- en investeringsintegratie)
- financiële globalisering
- technologische globalisering
- culturele en sociale globalisering
- politieke globalisering

In het *World Investment Report*, een publicatie van de Verenigde Naties (VN), wordt globalisering gedefinieerd als de ontwikkeling van internationale handel en directe investeringen. Hier is dus sprake van een enge definitie; de economische globalisering. Directe investeringen zijn investeringen die zeggenschap geven over het management van een bedrijf. Als een bedrijf bijvoorbeeld een ander bedrijf overneemt, is duidelijk dat men als nieuwe eigenaar zelf de strategie van het bedrijf kan bepalen. Het hebben van zeggenschap over het strategische beleid maakt het verschil tussen een directe investering en een portfolio-investering. In dit laatste geval speelt het beleggingsmotief een prominente rol. Als een bedrijf bijvoorbeeld 5% van het aandelenkapitaal van een ander bedrijf koopt, zal men niet mee kunnen praten over de strategie. Men krijgt echter door deze portfolio-investering wel winstuitkeringen als aandeelhouder.

Economische
globalisering

Als we ons concentreren op korte, vluchtige kapitaalstromen hebben we te maken met financiële globalisering. De financiële globalisering, waarbij geld de wereld overgaat op zoek naar de hoogste rendementen, is een nieuw fenomeen, zeker in de huidige omvang. Deze kapitaalstromen zijn noodzakelijk omdat er regio's in de wereld zijn die zelf te weinig kapitaal hebben, terwijl er in andere regio's een overschot is aan geld. Kapitaalstromen hebben daarom een belangrijke functie: kapitaal op een efficiënte manier verdelen. Tegelijkertijd hebben we gezien dat deze kapitaalstromen vaak alleen kortetermijnwinsten zoeken, snel bewegen en vaak destabiliserend zijn. Het is niet verwonderlijk dat ze vaak wordt geassocieerd met speculatie om te profiteren van verschillen in rente, wisselkoersen en prijzen. Zo zal het

Financiële
globalisering

speculeren op lagere grondstofprijzen door instellingen zoals hedge-fondsen grote gevolgen kunnen hebben voor de economie van veel ontwikkelingslanden. Ook hebben we in 2014 en 2015 gezien wat er met de valuta kan gebeuren als op grote schaal kortetermijngelden worden weggehaald uit landen in economische en politieke problemen, zoals Argentinië en Oekraïne. De waarde van de Argentijnse peso en Oekraïense grivna daalde dramatisch. Hierdoor begonnen de binnenlandse prijzen fors op te lopen en moest de centrale bank ingrijpen via hogere rentes.

Technologische globalisering

Technologische globalisering is de kern van globalisering 3.0, die we eerder in dit hoofdstuk hebben besproken. De informatie- en communicatietechnologie maakt internationalisering en globalisering voor iedereen mogelijk. Door de technische vooruitgang worden transportkosten lager en ontstaat betere internationale communicatie waardoor bedrijfs- en marktinformatie sneller beschikbaar is. De technische vooruitgang maakt het mogelijk internationaal te werken.

Culturele en sociale globalisering

Culturele en sociale globalisering wordt ondersteund door het internet en de (sociale) media. Daarnaast zorgt toerisme en het feit dat de nieuwe investeerders, onze 'nieuwe burens', steeds vaker uit het buitenland komen ervoor dat we beter weten wat er in de wereld gebeurt. Hierdoor beginnen consumentensmaken en -voorkeuren te harmoniseren. Culturele globalisering wordt vaak geassocieerd met mondiale merken. Zo wordt in de KOF-globaliseringsindex, die hierna besproken wordt, gekeken naar het aantal vestigingen van McDonald's en IKEA per hoofd van de bevolking in een land. Het is bovendien opmerkelijk te zien hoe sterk het assortiment van IKEA in China lijkt op dat wat we in Nederlandse IKEA-vestigingen zien. Ook is het bijzonder om vandaag de dag door Shanghai te lopen en te zien dat de Chinese jeugd dezelfde producten, televisiesoaps en merken mooi vindt en wil hebben als zijn westerse soortgenoten. Mondiale merken zijn over de gehele wereld te koop en aan de oppervlakte lijkt het alsof culturen naar elkaar toe groeien. Overigens wordt later in het boek hierop teruggekomen om dit beeld te nuanceren. Het is namelijk zo dat ook mondiale merken als McDonald's wel degelijk hun producten moeten aanpassen aan lokale consumenten.

Politieke globalisering

Ten slotte kan gesproken worden over politieke globalisering. Globalisering van de politiek betreft vooral de groei en verdieping van het werkveld van mondiale instellingen, zoals de WTO, het Internationale Monetaire Fonds (IMF), de Wereldbank en de VN. De politieke globalisering is de laatste twintig jaar sterk toegenomen. Kijk alleen maar naar het aantal landen dat lid is van de WTO. De snelgroeiende opkomende economieën zoals die van Brazilië, Rusland, India, China en Zuid-Afrika krijgen een steeds belangrijker stem in deze organisaties. Ook de G8, waarin de zeven belangrijkste economieën (G7) en Rusland participeren, heeft een deel van zijn gezag gedeeld met een groep opkomende economieën in de G20; de groep van de grootste negentien economieën en de EU. Er kan gesteld worden dat de G20 vanaf 2007 het nieuwe platform is geworden waarbinnen internationale economische afspraken worden gemaakt. De verschuiving van macht van de G8 naar de G20 is een voorbeeld van politieke globalisering. Overigens bestaat de G7 uit de grootste economieën op het moment dat het informele overleg in 1975 werd gestart, dus inclusief landen als Italië, Canada en Frankrijk. Hoewel nog steeds rijk, komen deze landen anno 2015 niet meer

in de top zeven van grootste economieën voor. Rusland is in 1998 lid geworden en sindsdien heeft men het over de G8. In maart 2014 is Rusland tijdelijk uit de G8 gezet vanwege de annexatie van de Krim.

TROUW, 3 APRIL 2009

G20: eerste bewijs voor nieuwe orde

De G20 heeft in Londen gedaan waarvoor de groep is opgericht: regie voeren over de mondiale economische structuur. Een eerste stevige stap.

De afspraken van de top zijn hooguit een stap in de goede richting van een oplossing voor de huidige economische crisis. De grootste winst is dat de G20 zich als platform van onderhandelingen heeft bewezen. Het is nog te vroeg om te stellen

dat de G7 is overvleugeld door de G20. De G20 heeft alleen ten aanzien van de economische architectuur betekenis, maar op vraagstukken van vrede en veiligheid is de club zonder betekenis. De top heeft de G20 wel profiel gegeven en vormt zo een stap naar een multipolaire wereld. Een wereld waarin niet één of enkele grootmachten de dienst uitmaken.

1.4.2 De KOF-globaliseringsindex

Globalisering kan dus veel ruimer worden besproken dan alleen maar door te kijken naar economische globalisering. De ruime definitie van globalisering is terug te vinden in de KOF-globaliseringsindex van het gerenommeerde *Swiss Economic Institute*. De KOF-globaliseringsindex bestaat uit drie pijlers:

- economische globalisering
- sociale globalisering
- politieke globalisering

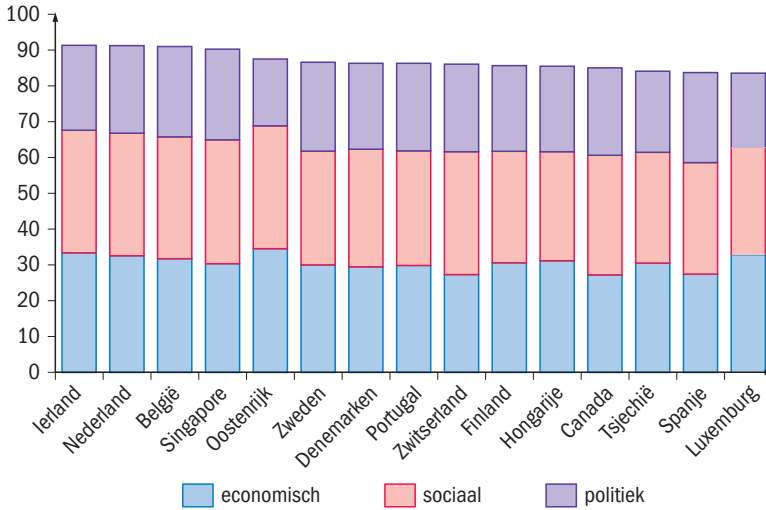
KOF-globaliseringsindex

Deze hoofdindeling wordt verder onderverdeeld. De economische globalisering wordt in lijn met wat we eerder hebben aangegeven gemeten door te kijken naar de internationale handelsstromen en de langetermijn (directe) investeringen. Bovendien worden ook de kortetermijnkapitaalstromen (portfolio-investeringen) meegenomen in de economische globalisering. De sociale globalisering wordt gemeten door zaken mee te nemen zoals persoonlijke contacten (zoals toerismestromen), informatiestromen (zoals internetgebruik) en culturele nabijheid (door bijvoorbeeld te kijken naar de hoeveelheid buitenlandse boeken en films). Politieke globalisering wordt in de KOF-globaliseringsindex gemeten door middel van het aantal lidmaatschappen van internationale organisaties en het aantal ambassades dat zich heeft gevestigd in het betrokken land. In totaal hanteert de KOF-globaliseringsindex 23 variabelen voor 207 landen.

De KOF-globaliseringsindex loopt van 0 (geen integratie) tot 100 (volledige integratie). Zoals te zien is in figuur 1.5 is Ierland het meest geïntegreerde land, gevolgd door Nederland, België en Singapore. Ierland scoort vooral hoog op de economische en sociale globalisering. Het inkomende kapitaalverkeer en de 'Europese hoofdstad' Brussel zijn verantwoordelijk voor de hoge positie van België. Logischerwijs ligt de openheid van kleine landen op een hoger niveau dan die van grotere landen. Het relatieve be

Openheid van kleine landen

FIGUUR 1.5 Top 15 van de meest geïntegreerde landen



Bron: Swiss Economic Institute (2015)

lang van handels- en investeringsstromen zal voor kleinere landen immers groter zijn dan voor grote landen. De hoge positie van Nederland komt vooral door de openheid op het terrein van de economische globalisering; het vrije kapitaalverkeer en de openheid op het gebied van internationale handel. Het einde van de Koude Oorlog heeft de globalisering een enorme impuls gegeven. Landen in Centraal- en Oost-Europa hebben de afgelopen jaren de grootste sprongen gemaakt als het gaat om de integratie in de wereldeconomie. Zo staan Hongarije, Tsjechië, Slowakije en Polen in de top 25 van meest geïntegreerde landen.

De KOF-index zegt dus veel over de wijze waarop het land mondiaal geïntegreerd is. Het geeft aan hoe belangrijk het buitenland is op economisch, sociaal en politiek gebied. De index wordt op allerlei manieren gebruikt. Zo wordt economische ontwikkeling vaak gekoppeld aan de mate waarin landen zich integreren in de mondiale economie en politiek; de meest geïntegreerde landen zijn ook de landen die het hoogste welvaartsniveau hebben bereikt. De ontwikkeling van de KOF-index geeft bovendien aan dat grenzen op allerlei terreinen vervagen. Het onderscheid tussen wat binnen- en buiten het land gebeurt, verliest steeds meer aan belang. Bedrijven hanteren de KOF-index, in combinatie met allerlei andere indicatoren, om landenrisicoanalyses uit te voeren. Het zal duidelijk zijn dat de meest geïntegreerde landen ook het meest open en stabiel zijn op het terrein van wetgeving e.d. De KOF-index wordt ook wel gebruikt om de arbeidsmigratie tussen landen te verklaren. De meest open landen zullen ook op het terrein van openheid voor werkzoekenden het best scoren.

1.4.3 De koppeling tussen directe investeringen en handel

Er zijn verschillende manieren om een buitenlandse markt te betreden, lopend van export via een licentieovereenkomst, naar allerlei vormen van directe investeringen. De entreestrategieën worden als volgt onderverdeeld, lopend van laag naar hoog financieel risico:

- 1 directe of indirecte export
- 2 licentie- en franchiseovereenkomst
- 3 strategische alliantie
- 4 joint venture
- 5 fusie of overname
- 6 greenfield-investering of internationale start-up

Ad 1 Directe of indirecte export

Directe of indirecte export is een relatief eenvoudige en weinig risicovolle strategie om te internationaliseren. Indirecte export is het exporteren met behulp van een handelsagent of een distributeur; er wordt dus gebruikgemaakt van derden. Bij directe export wordt geen gebruik van derden gemaakt en worden de exportactiviteiten bijvoorbeeld uitgevoerd door een lokaal verkoopkantoor dat is opgericht door het bedrijf.

Ad 2 Licentie- en franchiseovereenkomst

De licentieovereenkomst is ook een eenvoudige en weinig risicovolle manier om een buitenlandse markt te betreden. Een licentieovereenkomst geeft een externe partij de mogelijkheid het gepatenteerde product te fabriceren of te verkopen in een bepaalde regio. Zo sloot Philips in 2014 een licentiecontract met het Amerikaanse TCP International. TCP krijgt door deze overeenkomst het recht om tegen betaling van royalty's de led-verlichtingstechnologie van Philips te gebruiken. Bij een franchiseovereenkomst geeft de eigenaar van de formule de gebruiker van de formule het recht om een onderneming met dezelfde naam te exploiteren. Voorbeelden zijn McDonald's en Pearle.

Ad 3 Strategische alliantie

Er bestaan vele vormen van strategische allianties. In essentie zijn strategische allianties gericht op samenwerking van twee of meer bedrijven op bepaalde deelgebieden, bijvoorbeeld gezamenlijke distributie of onderzoek. In dat geval wordt vaak kennis en arbeid gedeeld, maar wordt niet in elkaars bedrijf geïnvesteerd. Het Canadese Starbucks is een voorbeeld van een bedrijf dat zeer succesvol is geweest met haar strategische allianties. Met de boekenketen Barnes and Nobles begon in 1993 een succesvolle samenwerking waarbij een koffiecorner in de B&N-boekenwinkels werd gevestigd. Het bleek een grote hit en leidde tot een snelle expansie van Starbucks. In 1996 ging Starbucks een strategische alliantie aan met PepsiCo om het steeds populairder wordende drankje Frappuccino te produceren en te verkopen in flesjes. De alliantie met United Airlines was ook succesvol; er werd Starbucks koffie verkocht op alle vluchten van de Amerikaanse vliegtuigmaatschappij en het maakte de weg vrij voor een snelle buitenlandse expansie. De strategische samenwerking met het Amerikaanse Kraft leidde tot verkoop van Starbucks koffie in kruidenierswinkels en supermarkten.

Strategische allianties

Ad 4 Joint ventures

Ook is het mogelijk om samen met een lokale partner een nieuw bedrijf op te richten via een joint venture-constructie. Joint ventures worden soms gezien als een directe investering waarbij zeggenschap over het management wordt verkregen. Dit is echter niet altijd het geval. Indien de partner bijvoorbeeld 51% van het aandelenkapitaal (en dus stemrecht) heeft, betekent 49% zeggenschap niet veel. De oprichting van een zelfstandig bedrijf waarbij twee moederbedrijven aan het roer staan, is logisch als het om een

Joint ventures

markt gaat die onbekend is voor één van de partijen. Veel westerse bedrijven hebben bijvoorbeeld in het verleden gekozen (vrijwillig of opgedragen door de Chinese overheid) voor een joint venture bij het betreden van de Chinese markt. Samen met een lokale partner die de markt goed kent, werd dan een nieuwe zelfstandige entiteit opgericht, speciaal voor de Chinese markt. Hoewel een joint venture-constructie niet altijd meer verplicht is om de Chinese markt te betreden, is het soms wel handig om op te trekken met een lokale partner. Zo heeft FrieslandCampina in 2014 een joint venture-overeenkomst ondertekend met het Chinese Huishan Dairy Holdings om gezamenlijk kindervoeding te produceren en te verkopen. Beide bedrijven zetten hun eigen bestaande kindervoedingsactiviteiten afzonderlijk voort. We hebben in paragraaf 1.2.1 opgemerkt dat de joint venture in 2015 is gestart.

Ad 5 Fusie of overname

Directe investeringen

Multinationale onderneming

Overname

Fusie

Directe investeringen of *Foreign Direct Investments* (FDI) geven zeggenschap over het management van een buitenlands bedrijf. In dat geval spreken we van een multinationale onderneming. Zo'n directe investering kan verschillende vormen hebben. Het buitenlandse bedrijf kan bijvoorbeeld een lokaal bedrijf overnemen. In dit geval is er sprake van een overname. Zo nam Heineken in 2012 de Aziatische bierbrouwer Asia Pacific Breweries (APB) over. Met de overname zette Heineken een snelle (en grote) stap op de fors groeiende Aziatische biermarkt. Bij gelijkwaardige partners spreken we over een fusie. Zoals alle mogelijke entreestrategieën komen fusies voor bij grote en kleine bedrijven. In 2014 fuseerde het Nederlandse bouwbedrijf Habets met de Belgische bouwer Van de Kreeke Bouw. De economische crisis heeft de fusie in een stroomversnelling gebracht, maar ook het feit dat de opdrachtgevers steeds meer de neiging hebben om te kiezen voor grotere partijen was een reden om samen schaalvergroting te creëren.

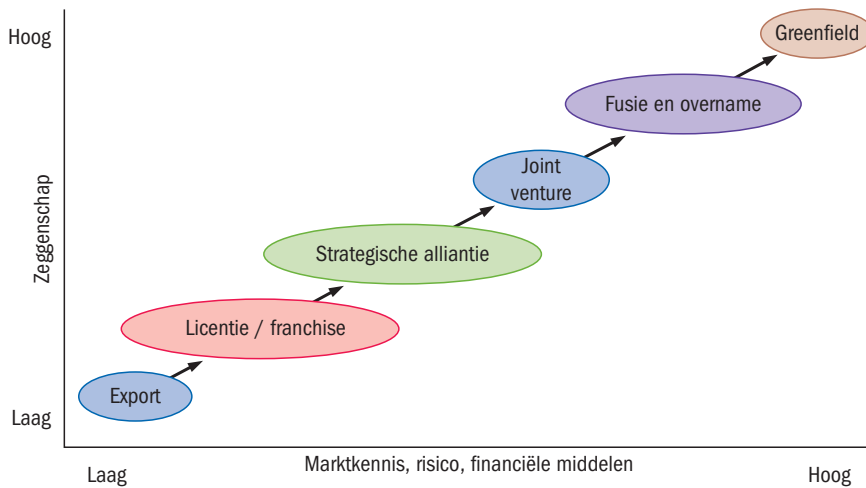
Ad 6 Greenfield-investering of internationale start-up

Ten slotte kan men helemaal uit het niets een nieuwe vestiging in het buitenland bouwen. Dit noemen we een greenfield-investering of internationale start-up. BMW is gestart met de bouw van een nieuwe productiefaciliteit in Brazilië (Araquari). De capaciteit bedraagt 30.000 voertuigen per jaar. Het wordt de eerste autofabriek van het merk in Zuid-Amerika. De aandacht is vooral gericht op de BMW 1 en 3-serie. De auto's zijn specifiek ontwikkeld voor de Braziliaanse markt en kunnen behalve op benzine ook op ethanol rijden. De eerste auto is in oktober 2014 de fabriek uitgerold.

We hebben de verschillende manieren om het buitenland te betreden in figuur 1.6 aangegeven op basis van twee dimensies. Enerzijds op basis van zeggenschap (verticale as) en anderzijds op grond van de marktkennis die in het bedrijf aanwezig is. Het is duidelijk dat bij voldoende marktkennis het bedrijf de buitenlandse markt zelfstandig via een directe investering kan betreden. Als de markt echter onbekend is, zal eerder worden gekozen voor een minder risicovolle entreestrategie, zoals een strategische alliantie, licentie of export. We kunnen ook het risico en de benodigde financiële middelen op de horizontale as aangeven. Een directe investering betekent immers een risicovolle internationalisering die hoge kosten met zich meebrengt.

Multinationale ondernemingen staan centraal in de economische integratie. Zij bepalen met hun gedrag zowel de investeringsstromen als de internationale handel. Als een Amerikaans bedrijf besluit een deel van zijn productie

FIGUUR 1.6 Verschillende entreestrategieën



te verplaatsen van de VS naar Brazilië, zal zowel de Braziliaanse import als de export veranderen. Stel dat het Amerikaanse bedrijf Caterpillar besluit een deel van zijn productie van grondverzetmachines te verplaatsen naar Brazilië door het bouwen van een nieuwe fabriek, ingegeven door de verwachte bouwactiviteiten voor de Olympische Spelen van 2016. In de periode vóór de investering zal Brazilië de zware graafmachines die nodig zijn voor de aanleg van wegen en stadions moeten importeren. Na de investering van Caterpillar is dat niet meer nodig, de machines worden dan in Brazilië geproduceerd. Vaak zal een deel van de productie vanaf Brazilië worden geëxporteerd naar andere landen. Brazilië wordt hierdoor van een netto-importeur een netto-exporteur van machines als gevolg van de locatiekeuze van een buitenlands bedrijf.

1.4.4 Meten van internationalisering van bedrijven

We hebben hiervoor inzicht gegeven in de wijze waarop we kunnen meten hoe intensief landen geïntegreerd zijn in de wereldeconomie (enge definitie) of in de mondiale samenleving (ruime definitie). Ook de mate van internationalisering van bedrijven kunnen we meten.

Er zijn meerdere indicatoren om te analyseren in welke mate een bedrijf internationaal actief is. Men kan bijvoorbeeld kijken naar de omzet die in het buitenland wordt behaald. Ook kan worden gekeken naar het aantal werknemers in binnen- en buitenland of kan het belang van de buitenlandse bezittingen in ogenschouw worden genomen. De zogenaamde transnationaliteitsindex (TNI), ontwikkeld door de UNCTAD en gepubliceerd in haar *World Investment Report*, combineert deze deelfactoren tot één index. De UNCTAD staat voor *United Nations Conference on Trade and Development*. Het is onderdeel van de Verenigde Naties (VN). Vanaf 1995 publiceert de UNCTAD deze TNI. De index neemt het ongewogen gemiddelde van drie ratio's:

- buitenlandse bezittingen als percentage van de totale bezittingen
- buitenlandse omzet als percentage van de totale omzet
- buitenlandse werkgelegenheid als percentage van het totale aantal werknemers

Transnationaliteitsindex

Indien een bedrijf 80% van haar bezittingen in het buitenland heeft, 70% van de omzet uit het buitenland haalt en 90% van haar werknemers in het buitenland heeft werken, is de TNI $80\% + 70\% + 90\% / 3 = 80\%$

De TNI loopt van 0 tot 100. Een Nederlands bedrijf dat al zijn bezittingen, verkopen en werkgelegenheid in Nederland heeft, zal een TNI van 0 hebben. Een TNI van 100 betekent dat alle activiteiten en verkopen in het buitenland plaats vinden. De transnationaliteitsindex is de meest gebruikte index om de internationalisering van een bedrijf te meten. Soms wordt de TNI gecombineerd met gegevens over de regionale spreiding en het aantal buitenlandse vestigingen. Een Nederlands bedrijf dat zijn hele productie heeft geconcentreerd in één fabriek in Duitsland en daar ook al zijn producten verkoopt, zal een TNI hebben van 100, maar het is de vraag of dit werkelijk internationalisering is. Een correctie middels bijvoorbeeld het aantal vestigingen in het buitenland is dan nodig. Dat is het uitgangspunt van de *network spread index* (NSI), zoals dat in 1998 door Letto-Gillies is ontwikkeld. Deze index is het aantal landen waar het bedrijf een buitenlandse vestiging heeft als percentage van het aantal landen waar directe investeringen kunnen plaatsvinden. We kunnen nu de TNI en de NSI koppelen om de werkelijke mate van internationalisering te meten.

Network spread index

Stel dat bedrijf A een TNI heeft van 80% en in 10 landen actief is, terwijl bedrijf B een TNI van 60% heeft. Dit laatste bedrijf heeft echter in 100 landen een buitenlandse vestiging. Als de wereld bestaat uit 200 landen waar directe investeringen mogelijk zijn, wordt de TNI als volgt gecorrigeerd:

Bedrijf A heeft een TNI van 80% en een NSI van 5% (10/200), terwijl bedrijf B een TNI van 60% combineert met een NSI van 50% (100/200). In de methode van Letto-Gillies wordt de TNI vermenigvuldigd met de NSI om de werkelijke internationalisering te meten.

Bedrijf A: $(0,8 * 0,05) * 100 = 4\%$

Bedrijf B: $(0,6 * 0,5) * 100 = 30\%$

In figuur 1.7 zijn enkele grote bedrijven weergegeven die het sterkst zijn geinternationaliseerd. Gebaseerd op de TNI blijkt Nestlé het meest internationale bedrijf te zijn. Anglo American volgt met een TNI van 94,2%. De aanwezigheid van de mijnbouwbedrijven in de top van de meest internationale bedrijven is logisch, omdat de mijnproductie gebonden is aan de fysieke aanwezigheid van grondstoffen. De juridische thuisbasis van bijvoorbeeld Anglo American is het Verenigd Koninkrijk, maar de mijnen (en dus ook de werkgelegenheid) liggen verspreid over de hele wereld. Ook de klanten zitten verspreid over de gehele wereld, waardoor slechts een klein deel van de omzet in Groot-Brittannië wordt behaald.

Bedrijven in dezelfde sector kunnen met betrekking tot internationalisering sterk verschillen. Zo zien we in figuur 1.8 dat de TNI van autobedrijf Honda met ruim 71% veel hoger ligt dan de TNI van Ford (45%). Het verschil wordt grotendeels verklaard door de grootte van de binnenlandse markt. De Amerikaanse markt maakt het voor Ford minder noodzakelijk om snel en grootschalig naar het buitenland te gaan. Hetzelfde geldt voor mondiale bedrijven als Apple (59%), General Motors (42%) en Microsoft (43%), waar een groot deel van hun verkopen, werkgelegenheid en bezittingen in de VS

FIGUUR 1.7 De grootste multinationale ondernemingen met de hoogste transnationaliteitsindex, 2012

Plaats	Onderneming	Thuisland	Sector	TNI
1	Nestlé SA	Zwitserland	Voedsel, drank en tabak	97,1
2	Anglo American PLC	Verenigd Koninkrijk	Delfstoffen	94,2
3	Xtrata PLC	Zwitserland	Delfstoffen	93,7
4	Anheuser-Busch InBev NV	België	Voedsel, drank en tabak	92,8
5	British American Tobacco PLC	Verenigd Koninkrijk	Voedsel, drank en tabak	91,5
6	Nokia OYJ	Finland	Elektrische apparatuur	91,3
7	ABB Ltd	Zwitserland	Technische diensten	91,9
8	Arcelormittal	Luxemburg	Metaalbewerking	91,1
9	Linde AG	Duitsland	Chemicaliën	90,7
10	Vodafone Group PLC	Verenigd Koninkrijk	Telecommunicatie	90,4
11	Schneider Electric SA	Frankrijk	Gas, water en elektriciteit	90,1
12	Unilever PLC	Nederland / Verenigd Koninkrijk	Voedingsmiddelen en persoonlijke verzorging	87,1
13	WPP PLC	Verenigd Koninkrijk	Reclame- en marketing	88,1
14	Koninklijke Philips Electronics NV	Nederland	Elektrische apparatuur	88
15	SAB Miller PLC	Verenigd Koninkrijk	Voedsel, drank en tabak	87,6

Bron: UNCTAD, *World Investment Report 2013*

plaatsvinden. Behalve de grootte van de thuismarkt, bepaalt de internationaliseringsstrategie mede de hoogte van de TNI. Zo zien we grote verschillen tussen Sony en Hitachi; beide elektronicabedrijven komen uit Japan, maar laten grote verschillen zien in globaliseringsgraad. Sony is veel meer gericht op het buitenland dan Hitachi.

Thuismarkt**FIGUUR 1.8** Transnationaliteitsindex auto-industrie en elektronica-sector, 2012

Onderneming in auto-industrie	Land	TNI
Volvo AB	Zweden	83,5
Honda Motor Co Ltd	Japan	71
Volkswagen Group	Duitsland	58,2
Renault SA	Frankrijk	56,9
Ford Motor Company	VS	45

Onderneming in elektronica-sector	Land	TNI
Nokia OYJ	Finland	89,5
Koninklijke Philips Electronics NV	Nederland	88
Sony Corporation	Japan	53
Samsung Electronics Co., Ltd	Zuid-Korea	55,2
Hitachi Ltd	Japan	32,8

Bron: UNCTAD, *World Investment Report 2013*

De rol van multinationale ondernemingen in het proces van globalisering is duidelijk. Zij creëren met hun strategische beslissingen handels- en investeringsstromen. Deze economische globalisering zien we terugkomen in de ontwikkeling van de transnationaliteitsindex die de afgelopen decennia sterk opgelopen is. De vraag is of deze ontwikkeling zich verder doorzet of dat er een plafond zit aan internationale economische integratie.

1.5 Globalisering: een doorzettende trend?

Zoals al is aangegeven, is de wereld kleiner (of, zoals Thomas Friedman het stelde, platter) geworden. Daarbij lijkt het erop dat dit proces van globalisering zich tot het begin van de crisis van 2008 steeds sneller voltrok. Bedrijven werden steeds mondialer en landen stelden meer en meer hun grenzen open voor investeringen en internationale handel. Er zijn echter ook signalen waaruit blijkt dat de grenzen van het globaliseringsproces lijken te zijn bereikt. Bedrijven kiezen er bijvoorbeeld voor om bepaalde activiteiten weer dichterbij de thuismarkt te produceren (nearshoring). Ook overheden zetten soms de rem op verdere globalisering door het tegenhouden van bepaalde investeringen uit het buitenland of regelgeving om eigen bedrijven te beschermen. We zetten de krachten en tegenkrachten achter globalisering in deze paragraaf op een rijtje. De voor- en tegenstanders komen eveneens aan bod.

1.5.1 De krachten achter globalisering

Er zijn verschillende redenen voor de toenemende mondiale integratie. We bespreken er vier:

- mondiale liberalisatie- en privatiseringsprocessen
- technologische ontwikkeling
- korter wordende productlevenscycli
- harmonisatie van consumentenvoorkeuren

Mondiale liberalisatie- en privatiseringsprocessen

De eerste reden voor de versnelling van de mondiale integratie is de voorgaande liberalisatie- en privatiseringsprocessen zoals deze wereldwijd plaats hebben gevonden. Door blokkades van nationale overheden werden handels- en kapitaalstromen tot het eind van de jaren tachtig in ernstige mate gehinderd. Landen in Latijns-Amerika isoleerden zich bijvoorbeeld van de mondiale economie via allerlei beschermingsmaatregelen om de (inefficiënte) lokale industrieën te beschermen. In West-Europa verstrekten overheden op grote schaal subsidies aan hele bedrijfstakken en specifieke bedrijven. Centraal- en Oost-Europa waren volledig naar binnen gericht vanwege het communistische plansysteem en de gecontroleerde handel binnen hun eigen handelsblok.

Berlijnse Muur

Het uiteenvallen van de Sovjet-Unie en de val van de Berlijnse Muur in 1989 betekenden de overwinning van het marktdenken. De overheid trok zich steeds meer terug uit het economische leven, zowel in het Westen als in het Oosten. Handels- en kapitaalbarrières werden in rap tempo verlaagd en de meeste landen introduceerden marktprikkels waarbij markten en prijzen werden geliberaliseerd. Het overheidsbeleid werd vanaf de jaren tachtig sterk bepaald door het paradigma 'meer markt en minder overheid', waarbij afstand werd genomen van de actieve overheidsrol uit de jaren zeventig. De volgende uitspraak van Ronald Reagan, de voormalige Amerikaanse president, uit 1981 maakt dit duidelijk:

'Government's view of the economy could be summed up in a few short phrases: If it moves, tax it. If it keeps moving, regulate it. And if it stops moving, subsidize it.'

De visie dat de overheid zich zo veel mogelijk moet terugtrekken uit het economische leven werd bijna mondiaal omarmd. Het gevolg was een enorme groei van het internationale handels- en kapitaalverkeer, dat nu in vrijheid kon opereren.

De tweede oorzaak voor de versnelling van het globaliseringsproces in de jaren negentig is de ontwikkeling van de technologie. Vooral de steeds beter en tegelijkertijd goedkoper wordende communicatiemiddelen zorgden voor een enorme impuls in het internationaal handels- en betalingsverkeer. Het opknippen van productieprocessen en het produceren in verschillende landen werd onder andere mogelijk gemaakt door de technologie waardoor snel communiceren en coördineren makkelijker werd.

Technologische ontwikkeling

De derde oorzaak is de voortdurend korter wordende levenscyclus van producten. Bedrijven raken hun concurrentievoorsprong steeds sneller kwijt en worden ingehaald door concurrerende producten. Bedrijven worden hierdoor gedwongen om vaker en sneller de grens over te gaan. Omdat producten sneller verouderd raken, moet het bedrijf in kortere tijd de winsten binnenhalen. Dit lukt alleen als het snel de markt vergroot via export of lokale productie én verkoop in het buitenland.

Korter wordende productlevenscycli

In de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw was er een groot verschil in consumentenvoorkeuren en -gedrag. De smaak van de Europese consument was anders dan die van de Aziatische of Amerikaanse consument. Smaken en voorkeuren zijn echter door de massa- en sociale media naar elkaar toe gegroeid. Op de Bund (een beroemde oeverpromenade) in Shanghai koopt men een Magnumijsje dat in geen enkel opzicht afwijkt van de Magnum die je in Amsterdam kunt krijgen. Dit is natuurlijk een groot voordeel voor bedrijven omdat zij het product niet meer hoeven aan te passen aan de verschillende markten. Noodzakelijke aanpassingen aan de lokale situatie maken internationalisering ingewikkelder, terwijl standaardisatie van producten en processen globalisering 'eenvoudiger' maakt.

Harmonisatie van consumentenvoorkeuren

1.5.2 Tegenkrachten

De drijvende krachten achter de mondialisering die we hiervoor hebben besproken, blijven ook de aankomende periode nog robuust. Maar de economische globalisering is in een lagere versnelling gekomen. Steeds meer overheden zien nadelen in het intensief integreren in de wereldeconomie. Bedrijven voelen steeds meer de noodzaak zich aan te passen aan lokale omstandigheden waardoor standaardisatie minder mogelijk is. Een van de leerpunten tijdens de economische crisis van 2008-2014 is het feit dat economische problemen in de globaliserende wereld steeds sneller doorwerken. Gaat het slecht in de VS, dan zal China dat direct merken in haar export. De economische neergang in Duitsland van 2009 en 2010 heeft ook de Nederlandse economie een (extra) klap gegeven.

Zoals gezegd, ook bedrijven zien dat de grenzen van de globalisering zijn bereikt. Zelfs bedrijven met sterke mondiale merken moeten zich aanpassen aan lokale omstandigheden vanwege de druk vanuit de consument of de overheid. Zo moest McDonald's in Zuid-Afrika haar formule aanpassen:

Lokale omstandigheden

meer kip en grotere hoeveelheden. Ook in China zie je verschillen als je bij McDonald's binnenkomt. De consument in Shanghai heeft een andere smaak en voorkeur dan de klant in Beijing. Overigens is het interessant dat McDonald's de Verenigde Staten in vijf regio's heeft onderverdeeld om op deze manier te benadrukken dat er ook in de Verenigde Staten verschillen zijn in klimaat en consumenten.

Ook de financiële globalisering staat onder druk. Volledige liberalisering van kortetermijnkapitaalstromen kan negatief inwerken op de economie. Landen die hun economieën hebben opengegooid voor buitenlands kapitaal kunnen de speelbal worden van speculatie. Zodra de rendementen wat minder worden, kan het geld weer net zo makkelijk het land verlaten als het erin is gekomen, met alle gevolgen van dien. Dat hebben we gezien bij de Azië-crisis van 1997, de problemen in Griekenland, Spanje en Ierland van 2012 en recentelijk in 2014 bij de problemen in Argentinië en Turkije.

De politieke integratie lijkt eveneens over haar hoogtepunt heen. Als we kijken naar geografische grenzen en nationale staten, zien we vanaf de jaren negentig meer en meer voorbeelden van desintegratie. De voormalige Sovjet-Unie is uiteengevallen in vijftien onafhankelijke staten, Tsjecho-Slowakije is verdeeld, Joegoslavië is in het begin van de jaren negentig gedesintegreerd, Ethiopië is verdeeld in twee landen en op 9 juli 2011 splitste Zuid-Soedan zich af van Noord-Soedan. In 2012 werd steeds opener gesproken over de mogelijke opsplitsing van België, wonnen de Catalaanse nationalistes de regionale verkiezingen in Spanje, en in 2014 lijken de politieke spanningen in Oekraïne een tweestrijd tussen het Russisch georiënteerde Oosten en het Europees getinte Westen. Schotland kreeg toestemming om een referendum te houden over onafhankelijkheid, en hoewel de Schotten uiteindelijk tegen afscheiding van het Verenigd Koninkrijk (VK) stemden, blijft ook nu weer hoe belangrijk een eigen identiteit is. Verdere politieke integratie is nog wel zichtbaar in specifieke handelsblokken zoals de Europese Unie. Binnen de EU worden bijvoorbeeld (nog steeds) vergaande maatregelen genomen op het terrein van harmonisatie en samenwerking en ook in Azië wordt vergaande samenwerking omarmd.

Desintegratie

1.5.3 Voor- en tegenstanders van globalisering

Over de voor- en nadelen van globalisering is veel gezegd en geschreven. Vaak gaat het hierbij om activiteiten van multinationale ondernemingen in ontwikkelingslanden of over de rol die instellingen als het IMF en de WTO spelen om deze te faciliteren.

Het *World Investment Report* van de VN komt keer op keer tot de conclusie dat internationaal actieve ondernemingen 'significante positieve effecten hebben voor de economische gesteldheid van landen, regio's en delen van regio's'. Internationaal actieve ondernemingen investeren in alle uithoeken van de wereld en dragen op die manier bij aan de mondiale- en lokale ontwikkeling van welvaart en welzijn. Onderzoek maakt duidelijk dat de economische groei in landen die zich open hebben gesteld voor buitenlandse investeerders en internationale handel, hoger is dan landen die zich afsluiten voor buitenlandse concurrenten en investeerders. Openheid en liberalisatie zijn voorwaarden voor relatief hoge economische groei. Dit is in lijn met wat we hebben gezien bij de KOF-index in subparagraaf 1.4.2. Overigens blijft de vraag of deze extra welvaart eerlijk is verdeeld en welke gevolgen economische integratie heeft voor lokale bedrijven, samenlevingen en het milieu.

Openheid en liberalisatie

Thomas Piketty: 'Ongelijkheid is gevaarlijk'

In zijn boek *Capital in the twenty-first century* over de toenemende financiële ongelijkheid, voorspelt de Franse econoom Thomas Piketty dat de gevolgen daarvan desastreus zijn, vooral voor arme landen. Maar in soberheid vervallen hoeft niet. 'Mijn data laten juist zien dat ongelijkheid geen natuurwet van het kapitalisme is.' Zijn vuistdikke boek is met lof overladen. Op z'n minst opmerkelijk voor een boek dat in 685 bladzijden en 97 grafieken een op het eerste oog sombere conclusie trekt: ongelijkheid neemt wereldwijd explosief toe en zal dat blijven doen als wij niet ingrijpen. De gevolgen kunnen desastreus zijn.

Sinds 2009 – het dieptepunt van de kredietcrisis – ging 95 procent van de inkomensgroei in de Verenigde Staten naar de rijkste 1 procent. De afgelopen dertig jaar steeg het aandeel dat het rijkste procent van het totale Amerikaanse vermogen. Het ongelijkheidsniveau in Amerika is min of meer gelijk aan het niveau van begin vorige eeuw en groter dan dat van Zuid-Afrika tijdens de apartheid. In de jaren vijftig van de vorige eeuw verdiende een Amerikaanse CEO ongeveer twintig keer meer dan zijn gemiddelde werknemer, nu is dat meer dan tweehonderd keer.

Wie denkt dat Europeanen de vruchten van hun economie eerlijker verdeelen, heeft het mis: de Europese ongelijkheid is bijna even groot als aan de vooravond van de Eerste Wereldoorlog. De vermogensongelijkheid in Nederland behoort tot de grootste ter wereld. Ongelijkheid is een mondiale ontwikkeling; ook in opkomende landen als China, Brazilië en India neemt ongelijkheid hand over hand toe.

De tegenstanders van globalisering zien vooral de nadelen van multinationale ondernemingen voor een land. Het grotere bedrijfsleven is volgens hen vooral uit op het economisch exploiteren van onderontwikkelde en ontwikkelingslanden. Allerlei nationale en lokale problemen worden gerelateerd aan de vergaande globalisering en het grotere bedrijfsleven. Denk aan de uitbestedingsactiviteiten van grote winkelketens als H&M, C&A, Coolcat en Primark aan textielfabrieken in Bangladesh en India. Nadat in 2013 in Bangladesh textielfabriek Rana Plaza instortte, waarbij ruim 1.100 doden vielen, kwam de discussie op gang in hoeverre deze grote marktpartijen verantwoordelijk zijn voor de erbarmelijke werksituaties in fabrieken die hun producten maken.

Kort samengevat zijn critici, verenigd onder de noemer 'antiglobalisten', van mening dat internationaal actieve ondernemingen:

- groot zijn en mede daardoor hun macht inzetten ten behoeve van hun eigen agenda en dat dit ten koste gaat van lokale werknemers en samenlevingen;

Antiglobalisten

- winsten terugsluizen naar het moederland en hun aandeelhouders, vaak via allerlei geavanceerde fiscale constructies om zich te onttrekken aan het betalen van belastingen in de landen waarin men opereert;
- via internationale uitbesteding van activiteiten de binnenlandse werkgelegenheid verminderen.



Winst-maximalisatie

We hebben eerder aangegeven hoe groot multinationale ondernemingen kunnen zijn. Het is zeer wel mogelijk dat deze machtspositie wordt ingezet ten behoeve van louter eigenbelang, zoals winstmaximalisatie. Dit kan ten koste gaan van de belangen van het gastland en zijn bevolking. Er wordt in Nederland bijvoorbeeld veel gediscussieerd over de activiteiten van Shell in Nigeria en de gevolgen voor de lokale bevolking en het milieu. In Frankrijk moeten winkelketens als Carrefour en Casino het ontgelden vanwege hun rol in Tunesië vóór de Arabische Lente. De Franse winkelketens onderhielden nauwe banden met dictator Ben Ali en zijn familie. Ze kregen het zwaar te verduren toen de opstand uiteindelijk uitmondde in de vlucht van de dictator in januari 2011. Je kunt stellen dat Carrefour en Casino pas sinds kort weer aan het opbouwen zijn in Tunesië.

Nationalisatie

Een veelgehoorde klacht van (lokale) overheden is dat de grote multinationale ondernemingen een belangrijk deel van de winsten repatriëren naar het thuisland en hun aandeelhouders in plaats van die winsten lokaal te investeren. Deze beschuldigingen werden geuit door de Argentijnse regering toen deze op 4 mei 2012 het Spaanse olie- en gasbedrijf Repsol nationaliseerde. Door nationalisatie komt een particulier bedrijf in handen van de staat. De Argentijnse regering motiveerde de nationalisatie door te stellen dat Repsol onvoldoende had geïnvesteerd in de Argentijnse oliesector vanaf het moment dat het in 1999 het Argentijnse olie- en gasbedrijf YPF in handen kreeg. Ook stelde de Argentijnse overheid vast dat een groot deel van de winst werd teruggesluisd naar het moederbedrijf en werd uitgekeerd aan de aandeelhouders.

HET FINANCIËELE DAGBLAD, 24 JUNI 2015

Shell praat met Iran over toekomstige investeringen

Bestuurders van energieconcern Shell hebben recent in de Iraanse hoofdstad Teheran gepraat over mogelijke toekomstige investeringen in Iran en over andere vormen van samenwerking. Dat heeft een woordvoerder van het Nederlandse-Britse oliebedrijf woensdag verklaard tegenover de Britse zakenkrant *Financial Times*.

Topman Ben van Beurden verklaarde pas geleden nog op een Opec-bijeenkomst (kartel van olieproducerende landen) in Wenen dat hij graag weer zaken zou willen doen met dit 'geweldig land met zijn fantastische olie- en gasreserves.' 'Als internationale rechtsregels ons die kansen bieden, kijken we meteen weer naar Iran.' Volgens Van Beurden willen alle grote bedrijven in de olie-industrie terugkeren naar deze grote olie- en gasproducent.

De interesse van Shell is gezien de grote olie- en gasvoorraden in Iran bijna vanzelfsprekend. Voor Shell is opheffing van de internationale sancties tegen Iran essentieel. Veel grote westerse concerns uit diverse sectoren sorteren daarop al voor, nu de gesprekken tussen Iran en de grote mogendheden over het 'nucleaire dossier' positief verlopen.

Behalve Shell maken ook andere grote internationale olieconcerns Iran het hof. Iran ziet in de terugkeer van grote internationale olieconcerns een stimulans om de eigen kwakkelende olie-industrie nieuw leven in te blazen. Volgens olieminister Zanganeh heeft de Iraanse oliesector zeker voor \$200 mrd aan nieuwe investeringen nodig.

Concluderend kan gesteld worden dat weliswaar de snelheid van de economische globalisering via internationale handel en buitenlandse investeringen de laatste vijf jaar is gedaald, maar dat de economische wereld in sterke mate met elkaar is verbonden en dat dit ook in de toekomst zo zal blijven. We gaan deze economische verbondenheid cijfermatig onderbouwen in de rest van dit hoofdstuk.

1.6 Economische globalisering; een cijfermatige onderbouwing

Om een juist beeld te krijgen van economische globalisering moeten internationale handelsstromen en investeringen in combinatie met elkaar worden bekeken. Denk nog even terug aan de eerdere voorbeelden van Caterpillar in Brazilië en Walmart in China. Als een bedrijf als Walmart besluit te gaan investeren en produceren in China, zal het zijn producten vanuit China gaan exporteren naar de Amerikaanse consument. Statistisch gezien zijn dit Chinese exportproducten, maar het zal duidelijk zijn dat de export ontstaat door het Amerikaanse bedrijf waar ook een groot deel van de winst terecht komt. Dit moeten we in ons achterhoofd houden als we handelsstatistieken analyseren. We beginnen in subparagraaf 1.6.1 en 1.6.2 met een cijfermatig overzicht van de internationale handel. In subparagraaf 1.6.3 en 1.6.4 geven we een cijfermatige analyse van buitenlandse investeringen.

1.6.1 Handelsstatistieken: een waarschuwing vooraf

Een interessant voorbeeld waaruit blijkt dat men vraagtekens kan zetten bij de wijze waarop naar handelsstromen wordt gekeken is de productie en export van de iPhone. Ook de ontwikkeling van de zogenaamde wederuitvoer maakt een gedegen analyse van handelsstromen complex.

VOORBEELD 1.1

‘Officiële’ handelsstatistieken en de productie van de iPhone

In 2015 werden bijna alle iPhones van Apple geproduceerd in China. Het Taiwanese bedrijf Foxconn heeft hiervoor enorme assemblagehallen neergezet in het zuiden en westen van China. Meer dan 700.000 werknemers zijn de hele dag bezig met het in elkaar zetten van onder meer de iPhone 5 en 6. De iPhone wordt dus in China geassembleerd en de export wordt daarom gezien als Chinese export. De productiekosten van een iPhone 5S van 16 gigabyte bestaan uit twee delen: geïmporteerde componenten uit het buitenland en de arbeidskosten in China. Het overgrote deel van de totale productiekosten (95%) bestaat uit de import van componenten die gehaald worden uit Japan, Korea, Duitsland en de Verenigde Staten. Van de totale kostprijs van 198 dollar is maar 8 dollar (4%) gerelateerd aan wat er in China wordt gedaan.

In de officiële handelsstatistieken wordt deze 198 dollar per iPhone als Chinese export gezien. Als echter alleen wordt gekeken naar de in China toegevoegde waarde, kom je op een andere uitkomst. De Chinese toegevoegde waarde is slechts 8 dollar per iPhone. Officiële handelsstatistieken geven dus geen inzicht waar het geld met de export wordt verdiend.

Productiekosten iPhone en internationale handelsstromen

Geïmporteerde onderdelen	Kosten in US\$
Metaal, plastic en elektrische onderdelen	21
Camera	15
Beeldscherm	40
Processor	19
Antennes	32
Flash- geheugen	25
Overige	38
Totale kosten geïmporteerde onderdelen	190
Assemblagekosten in China	8
Totale kostprijs	198

Chinese export in statistieken	198
Chinese export o.b.v. binnenlandse toegevoegde waarde	8

Bron: cijfers gebaseerd op Asian Development Bank (2013-2015)

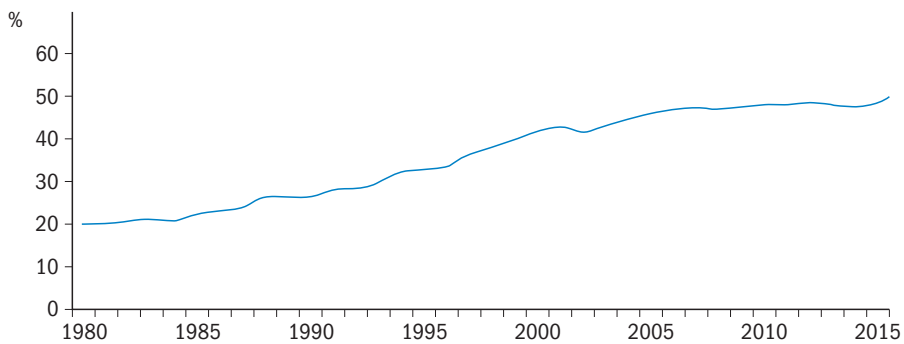
Wederuitvoer

Wederuitvoer vertroebelt eveneens de analyse van handelsstromen. Wederuitvoer in de Nederlandse context is de situatie waarbij goederen door een Nederlands bedrijf worden geëxporteerd, maar die niet in Nederland zijn geproduceerd. Nederland exporteert bijvoorbeeld veel computers, maar deze worden vanuit China eerst geïmporteerd en via onze logistieke sector in de rest van de EU verkocht. Er vindt niet of nauwelijks een industriële bewerking plaats. Er worden alleen allerlei logistieke en financiële diensten ingezet om de geïmporteerde producten te kunnen exporteren. Statistisch gezien is dit Nederlandse export, maar het zal duidelijk zijn dat dit weinig zegt over ons concurrentievermogen om computers te maken.

Wederuitvoer

1

FIGUUR 1.9 Aandeel wederuitvoer in Nederlandse export, 1980–2015



Bron: CBS (2015)

De Nederlandse wederuitvoer als percentage van de totale export is tussen 1980 en 2014 zeer sterk toegenomen (zie figuur 1.9). Van 20% in 1980 tot bijna 48% in 2014. Zoals gezegd kan dat het beeld dat we hebben van onze Nederlandse export vertroebelen. Zo steeg de totale export van Nederland tussen 2000 en 2014 met gemiddeld 4%, maar de wederuitvoer steeg veel sneller dan de ‘echte’ export. Dat is vervelend, omdat we met wederuitvoer minder verdienen dan met uitvoer van in Nederland geproduceerde producten. Voor specifieke sectoren ligt het aandeel van de wederuitvoer beduidend hoger dan het gemiddelde. Zo ligt voor machines de wederuitvoer op 72% van de totale machine-uitvoer (2014).

Het aandeel van de wederuitvoer in de totale Nederlandse uitvoer is internationaal gezien hoog. De volgende factoren spelen een rol bij het grote belang van de Nederlandse wederuitvoer:

- Wederuitvoer is typisch iets voor kleine landen aan zee met grote buurlanden. Naast Nederland hebben daarom ook Hongkong SAR en Singapore een hoog percentage wederuitvoer.
- Rotterdam en Schiphol zijn logistieke knooppunten die goede verbindingen hebben met het economisch belangrijke achterland.
- Er zijn veel dienstverlenende bedrijven op het terrein van transport, logistieke diensten en hieraan gerelateerd, verzekeringen en bancaire diensten.
- Er is een betrouwbare overheid die zorgt voor gunstige belasting- en douanetarieven.

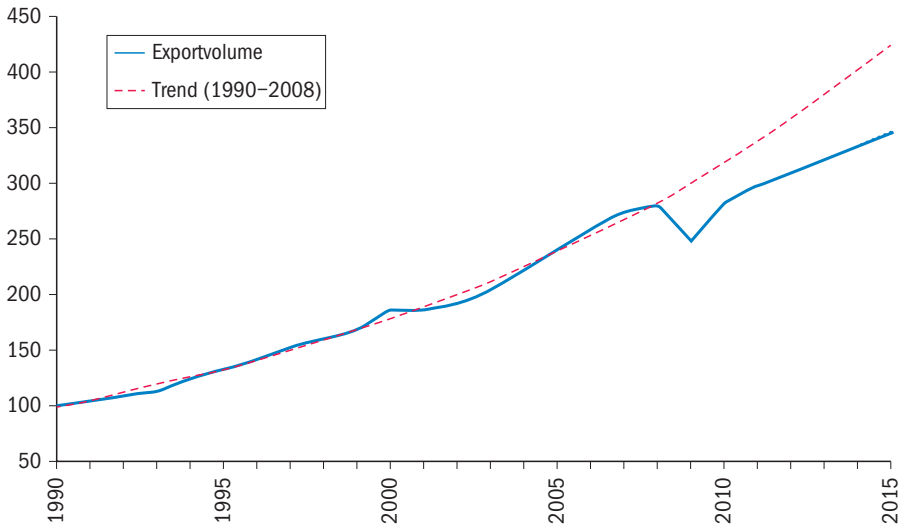
Logistieke knooppunten

Duidelijk is dat het analyseren van internationale handelsstromen door alleen maar te kijken naar nationale grenzen in deze geglobaliseerde wereld achterhaald is. Desondanks zijn de handelsstatistieken nog steeds gebaseerd op (het overschrijden van) nationale grenzen. Ook wij zullen daarom de cijfermatige onderbouwing op deze manier aanpakken, maar het zal duidelijk zijn dat huidige handelsstromen in veel gevallen weinig zeggen over concurrentievoordelen en waar uiteindelijk het geld wordt verdiend.

1.6.2 De ontwikkeling van de internationale handel

Mondiale handelsstromen zijn enorm gegroeid. Dit proces is begonnen in de jaren vijftig en heeft zich met enkele korte dipjes versterkt voortgezet vanaf de jaren negentig tot waar we nu staan. Tussen 1990 en 2015 is de wereldwijde export met ruim 300% gestegen. Ondanks de gestage groei zien we wel periodes van lage groei of zelfs daling van de handelsstromen. Zo liet de internationale handel in de jaren 2001 en 2002 een kleine dip in het groeitempo zien door de mondiale economische malaise. In figuur 1.10 is ook de economische crisis die in 2008 begon zichtbaar.

FIGUUR 1.10 Ontwikkeling van de mondiale export; 1990 = 100



Bron: WTO, World Trade Report 2014 en IMF (2015)

De internationale handel kan in de laatste decennia gekarakteriseerd worden door vier ontwikkelingen:

- toenemend belang van nieuwe opkomende economieën in de wereldhandel
- groeiende regionale handel in handelsblokken zoals de EU of het Noord-Amerikaanse handelsverdrag NAFTA
- toenemend belang van hightechproducten in het exportpakket van opkomende economieën
- stijging van bedrijfsinterne handel

We zullen in latere hoofdstukken hier nog uitgebreid op terugkomen, maar nu alvast de belangrijkste ontwikkelingen kort introduceren.

Nieuwe spelers

In de jaren zeventig en tachtig (van de vorige eeuw) waren de VS, Duitsland en Japan de belangrijkste spelers in het internationale handelsverkeer. De mondiale handel was geconcentreerd in enkele ontwikkelde regio's. Dit beeld is vanaf de jaren negentig aan het verschuiven; het handelsland-schap is diverser geworden en anno 2015 zijn opkomende markten belangrijke spelers geworden op het wereldtoneel. Dat zien we terug in de lijst van de grootste exporteurs en importeurs van de wereld (figuur 1.11). In 2014 is het aandeel van deze drie landen in de mondiale export 'slechts' 20%, terwijl dit in 1990 nog op 33% lag.

Grootste
exporteurs en
importeurs

FIGUUR 1.11 Belangrijkste exporteurs en importeurs van goederen, 2014

Positie	Exporteur	Aandeel (%)	Positie	Importeur	Aandeel (%)
1	China	11,7	1	VS	12,3
2	VS	8,4	2	China	10,3
3	Duitsland	7,7	3	Duitsland	6,3
4	Japan	3,8	4	Japan	4,4
5	Nederland	3,6	5	Frankrijk	3,6
6	Frankrijk	3,1	6	Verenigd Koninkrijk	3,5
7	Zuid-Korea	3,0	7	Hongkong SAR	3,3
8	Verenigd Koninkrijk	2,9	8	Nederland	3,1
9	Hongkong SAR	2,8	9	Zuid-Korea	2,7
10	Rusland	2,8	10	Italië	2,5
11	Italië	2,8	11	Canada	2,5
12	België	2,5	12	India	2,5
13	Canada	2,4	13	België	2,4
14	Singapore	2,2	14	Mexico	2,1
15	Saoedi-Arabië	2,0	15	Singapore	2,0

Bron: WTO, *World Trade Report 2014 en 2015*

Intrahandel

Internationale handelsstromen beperken zich minder tot enkele landen. Hiertegenover staat echter dat internationale handel sterk geconcentreerd is in formele handelsblokken. Het ontstaan van nieuwe handelsblokken, waarbij landen afspreken interne handelsbarrières te verlagen en de verdieping van reeds aanwezige handelsblokken, heeft geleid tot een sterke stijging van de handel binnen het handelsblok: de zogenaamde intrahandel. Deze intrahandel is erg hoog binnen de EU en is sterk groeiende in Azië. Dit is een belangrijk kenmerk van de huidige globalisering: steeds meer handel concentreert zich tussen lidstaten van hetzelfde handelsblok, waardoor er sprake is van regionalisering én van globalisering. Het aandeel van handel

Intrahandel

met regio's buiten het eigen handelsblok noemt men extra-regionale handel. Deze intra- en extra-regionale handel kan voor de export en voor de import worden geanalyseerd.

De intrahandel is hoog binnen de EU. Het blijkt dat in 2014 65% van de totale EU-goederenexport plaatsvond tussen de lidstaten. Dat betekent dat slechts 35% van de EU-goederenexport naar niet-EU-landen gaat. Een land als Slowakije exporteert ruim 84% van haar goederen naar overige EU-landen. Ook de export van Tsjechië is sterk gericht op de Europese Unie (84%). Ook Nederland met 77% is sterk gericht op de EU wat betreft haar export. De import is eveneens sterk gericht op de eigen regio. 62% van de EU-goederenimport wordt uit de andere lidstaten gehaald. Nederland haalt 47% van haar totale import uit de EU. Dit relatief lage percentage komt doordat we veel grondstoffen (onder andere olie), halffabricaten en eindproducten importeren uit regio's buiten de EU, die we dan weer grotendeels doorexporteren naar de overige EU-lidstaten. Figuur 1.12 geeft inzicht in de grote verschillen in geografische oriëntatie tussen de EU-lidstaten. Zoals gezegd exporteren landen als Slowakije en de Tsjechische Republiek veel naar de overige EU-lidstaten. De Duitse en Italiaanse intra-EU-export (goederen en diensten) lag in 2014 op 58% respectievelijk 57%. Het Verenigd Koninkrijk exporteert slechts 48% van haar totale goederenexport naar de overige EU-leden. Het intra-importaandeel in de totale import van de meeste EU-landen ligt op een lager peil dan dat van de exporten.

Geografische oriëntatie

FIGUUR 1.12 Intra-export en -import, Europese Unie en enkele specifieke landen, 2014

	Export		Import	
	Goederen	Diensten	Goederen	Diensten
EU-28	65,3	56,1	62,1	58,4
België	73,1	68,2	70,0	72,0
Tsjechië	84,0	74,9	74,8	64,8
Duitsland	60,4	51,7	63,7	56,6
Spanje	67,8	69,4	57,6	67,1
Italië	57,2	56,2	54,9	58,8
Nederland	77,0	60,3	46,7	50,6
Slowakije	84,6	76,8	72,6	84,6
Verenigd Koninkrijk	48,0	50,2	53,1	51,0

Noot: de aandelen van de dienstensector zijn gebaseerd op 2013.

Bron: Eurostat (2015)

Handel in diensten

Overigens hebben we volledigheidshalve ook de handel in diensten in het overzicht opgenomen. In veel handelsstatistieken wordt gesproken over de totale export en import van een land of regio. In dat geval worden goederen en diensten bij elkaar genomen. Van oudsher wordt vooral aandacht gegeven aan de goederenhandel. Dat was logisch; het exporteren en importeren van diensten kwam niet veel voor. Nog steeds zijn bepaalde diensten niet te verkopen over de grenzen heen en moet men hiervoor fysiek aanwezig

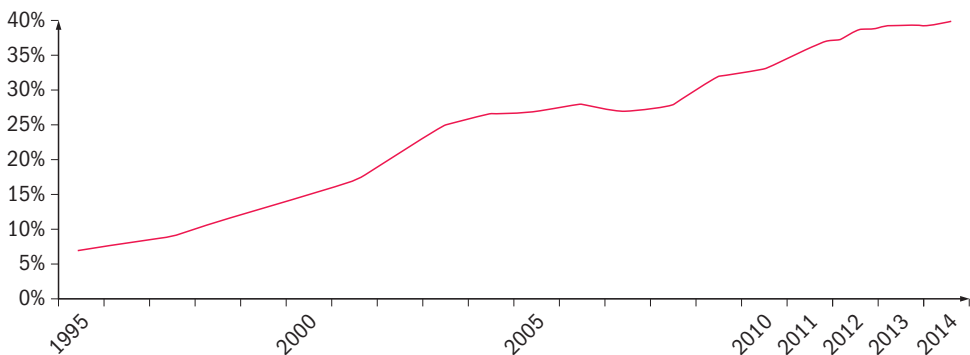
zijn in het land. Denk aan de hotelsector. Bij zakelijke diensten zoals bancaire diensten en advisering is export en import wel mogelijk. Overigens worden de meeste diensten nog steeds verkocht op locatie; banken investeren in het buitenland en verkopen hun diensten vanuit deze buitenlandse dochter. De belangrijkste exporteurs van diensten zijn de VS en het VK. Londen als financieel centrum verklaart de hoge positie van het VK. Het land behoort niet bij de top 10 van belangrijkste exporteurs van goederen, maar staat tweede in de export van diensten. Voor wat betreft diensten is de focus op de EU eveneens duidelijk, zij het dat de intrahandel van diensten in de EU lager ligt dan die van goederen.

Exportstructuur

Het derde kenmerk van de huidige handelsstromen is dat het aandeel van hightechproducten in het exportpakket van opkomende economieën sterk toeneemt. De definitie van wat *hightech* is, verandert natuurlijk door de jaren heen. Wat in de jaren negentig als *hightech* werd beschouwd, kan vandaag de dag als *lowtech* worden gezien. Denk aan bepaalde producten uit de elektronicasector en de *automotive*. Overigens worden beide sectoren statistisch nog steeds als hightech beschouwd en valt bijvoorbeeld de export van cd-spelers uit China onder de hightechexport van figuur 1.13. Het aandeel van hightechproducten in de Chinese export, als voorbeeld voor wat we in veel opkomende economieën zien, is de afgelopen jaren sterk gestegen. Deze tendens wordt grotendeels veroorzaakt door het buitenlandse bedrijfsleven dat investeert, waardoor opkomende economieën meegenomen worden in de opbouw van de mondiale waardeketen van die bedrijven. Hoewel we dit in het iPhone-voorbeeld in subparagraaf 1.6.1 niet zien, bestaan er veel voorbeelden van bedrijven die veel meer dan alleen maar de assemblage in landen als China laten uitvoeren. Bedrijven als Philips en Samsung voeren een groot deel van hun onderzoek uit in opkomende economieën en hebben enorme researchfaciliteiten in China en India. Het gevolg van dit opschuiven in de waardecreatie-ladder is een forse verandering van het exportpakket.

Hightech-
producten

FIGUUR 1.13 Aandeel hightechproducten in de Chinese export, 1995–2014



Bron: China statistisch bureau (2014)

Nog geen twintig jaar geleden bestond het overgrote deel van de Chinese export uit arbeidsintensieve, laagwaardige producten, zoals plastic speelgoed, textiel en metaalproducten. Het aandeel van de hightechexport in de totale export was te verwaarlozen, zoals figuur 1.13 laat zien. In 2014 lag dat aandeel op 40%, en het stijgt nog steeds.

Bedrijfsinterne handel

Het vierde kenmerk van de huidige handelsstromen is de sterke groei van de bedrijfsinterne internationale handel. Indien een Philipsvestiging in India haar (half)producten verkoopt aan een Philipsvestiging in China voor assemblage, ontstaat bedrijfsinterne internationale handel (*intra-firm trade*). In de officiële statistieken wordt dit gezien als Indiase export en Chinese import, maar in feite is er sprake van een interne levering binnen het raamwerk van het bedrijf, dus buiten de markt om. Dalende transportkosten en technische innovaties hebben het mogelijk gemaakt productie internationaal te fragmenteren. Dat verklaart ook waarom de bedrijfsinterne handel relatief hoog is binnen de industrie. Hoge percentages zeggen veel over de internationale verwevenheid van een economie. Deze interne handel binnen de hiërarchische structuur van het moederbedrijf wordt steeds belangrijker in de totale wereldhandel. Ruim 38% van de handel tussen de VS en Japan bestond bijvoorbeeld in 2014 uit bedrijfsinterne handel. Voor de VS ligt het aandeel van de bedrijfsinterne handel in de totale handel gemiddeld op 28% (2014). Bij de grote Nederlandse bedrijven bestond in 2014 40% van de in- en uitvoer uit bedrijfsinterne handel. De verwachting is dat door de verdere toename van de directe investeringen ten opzichte van de wereldhandel en productie het aandeel de aankomende jaren verder zal toenemen. Het motief om te investeren in het buitenland bepaalt in sterke mate of er bedrijfsinterne handel plaatsvindt. Als een bedrijf in het buitenland investeert in bijvoorbeeld een kopermijn om grondstofleveranties zeker te stellen, ontstaat bedrijfsinterne handel: de grondstoffen worden getransporteerd naar andere vestigingen van hetzelfde bedrijf om gebruikt te worden in het productieproces. Hetzelfde doet zich voor als een onderneming besluit een deel van de componenten te laten bouwen in een lagelonenland. Dit type van (verticale) directe investeringen leidt tot bedrijfsinterne handel. Indien een bedrijf besluit in het buitenland te investeren vanwege de markt en als de dochter in het buitenland dezelfde producten produceert en verkoopt als het moederbedrijf, zal geen toename van de bedrijfsinterne handel te zien zijn.

De groei van de bedrijfsinterne handel wordt met argusogen gevolgd. Interne leveringen vinden buiten de markt om plaats, waardoor prijzen geen marktprijzen zijn maar interne verrekenprijzen. Deze interne verrekenprijzen worden ook wel '*transfer prices*' genoemd. Via deze interne prijzen kan de winst van een vestiging in bijvoorbeeld China (met een lage winstbelasting) 'kunstmatig' worden verhoogd terwijl een vestiging in India, die geconfronteerd wordt met een hogere winstbelasting, op papier nauwelijks winst maakt. De Indiase vestiging verkoopt in dat geval haar halffabricaat aan de Chinese dochter voor een lage prijs. Hierdoor zullen de productiekosten in China laag zijn en zal daar de winst terecht komen. In essentie komt het erop neer dat een bedrijf met een aantal vestigingen zijn uiteindelijke winst zal concentreren in het land met de laagste belastingdruk.

Er is in 2014-2015 een intensieve discussie gevoerd over bedrijven die Nederland hebben gekozen als hoofdkantoor, om zo te profiteren van de lage

Bedrijfsinterne handel

Verdere toename

Interne verrekenprijzen

belastingdruk en flexibele procedures om belasting te ontwijken. Starbucks, Google, IKEA en andere internationale wereldspelers hebben in Nederland belastingvehikels opgetuigd zodat ze internationaal belasting kunnen ontwijken. Behalve Nederland (zie het artikel 'Fiscale trucs onrechtvaardig') staat ook Ierland onder druk om wat te doen aan haar belastingregels, die zeer voordelig zijn voor multinationale ondernemingen die veel gebruikmaken van intellectueel eigendom, zoals patenten en merken. De Ierse belastingregels staan bekend als 'Double Irish'. De 'Double Irish'-structuur bestaat uit het opzetten van twee bedrijven in Ierland. Bedrijf A betaalt kunstmatig hoge vergoedingen voor het gebruik van bijvoorbeeld een merknaam aan bedrijf B. Bedrijf B wordt bestuurd vanuit een belastingparadijs, zoals Bermuda of de Kaaimaneilanden. Volgens de Ierse wet is dat bedrijf daarom niet belastingplichtig in Ierland, maar in Bermuda of de Kaaimaneilanden. Hier slaan de vergoedingen voor merknamen dus (bijna) onbelast neer.

'Double Irish'

1

TROUW, 16 JULI 2014

'Fiscale trucs onrechtvaardig'

Australië hekelt het wegsluizen van miljarden via Nederland door grote concerns als Google

Ook Australië heeft het gehad met het fiscale balletje-balletje waarmee grote ondernemingen de fiscus ontlopen. Miljarden dollars aan belastinggeld lopen overheden jaarlijks mis omdat concerns als Google, Facebook en Apple geld wegsluizen langs obscure vennootschappen in Nederland en dubieuze holdings in Bermuda. Dat kan wel eens de bereidheid van gewone burgers aantasten om belasting te betalen, zegt topambtenaar van het Australische ministerie van financiën Rob Heferen.

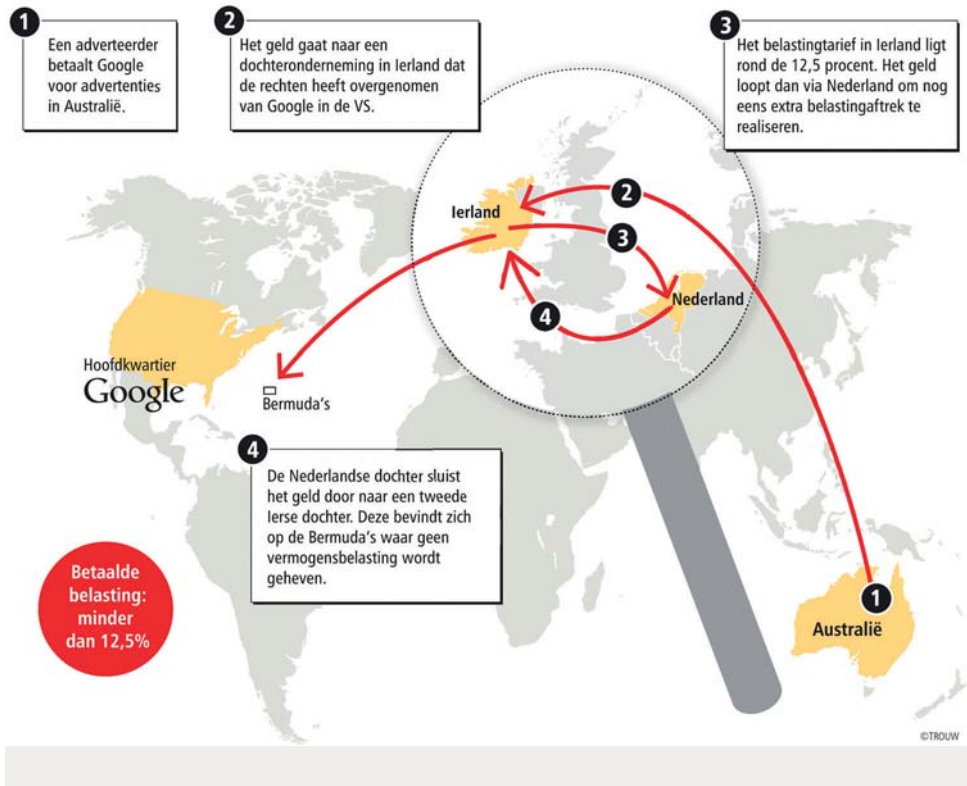
Australië is dit jaar de voorzitter van de G20 en leidt de discussie over fiscale uitholling en winstverschuivingen. [...] Nederland speelt een belangrijke rol in de wereldwijde belastingontwijking. Berucht is de 'dubbele Iers-Nederlandse sandwich', een constructie waarbij bedrijven via Ierland, Nederland en de Bermuda-eilanden op grote schaal belasting kunnen ontwijken. Daarbij is Ierland het broodje en Nederland de kaas.

Samengevat werkt de dubbele sandwich zo. Een Australische onderneming betaalt

voor een advertentie, bijvoorbeeld aan Google. Dat geld gaat niet naar Google in de Verenigde Staten, maar naar een dochterbedrijf in Ierland dat de rechten beheert. Ierland heeft een gunstiger belastingklimaat dan de VS. Maar het kan nog beter. Daarom gaan de royalty's over de betaalde advertenties naar Google Netherlands Holdings. Dat is een vennootschap in Amsterdam zonder personeel, niet te verwarren met Google Nederland. De Nederlandse vestiging maakt het geld over naar een tweede Ierse dochter van Google. De tweede Ierse vestiging bevindt zich niet in Europa, maar op de Bermuda-eilanden, een gekend belastingparadijs met een belastingtarief van 0 procent. Onder de streep scheelt deze route bedrijven als Google en Apple miljarden euro's aan belastinggeld. [...]

De fiscale truc is volkomen legaal, wat niet hetzelfde is als ethisch verantwoord. Eerder hadden ook de Verenigde Staten en de Europese Unie forse kritiek op grote concerns die gebruikmaken van de mazen in de wet. De Europese Commissie heeft al aangekondigd met voorstellen te komen om de schijnconstructies aan te pakken.

Google: belastingontwijking via Ierland-Nederland-route



Er wordt op twee terreinen gewerkt aan een oplossing voor het probleem van belastingontwijking. Binnen de EU wordt gesproken over een voorstel waarbij de winst op dezelfde manier wordt berekend. Deze uniforme berekeningswijze van de winst (de heffingsgrondslag) moet een verplichting voor multinationale ondernemingen worden. De hoogte van de winstbelasting blijft een zaak van de lidstaten. Ook wordt binnen het kader van de VN gesproken over het tegengaan van belastingontwijking. De gedachte was om een formeel internationaal fiscaal rechtsorgaan op te zetten, maar tijdens de VN-top van 15 juli 2015 is besloten dit toch niet te doen. Er is in principe afgesproken dat bedrijven meer belasting moeten betalen in de landen waar ze actief zijn, maar dit wordt overgelaten aan de bedrijven zelf. Overigens lijkt de druk op de Ierse (en Nederlandse) overheid zo groot te worden, dat de dubbele Iers-Nederlandse sandwich haar langste tijd heeft gehad.

1.6.3 Investeringsstatistieken: een waarschuwing vooraf

In lijn met wat we eerder hebben aangegeven ten aanzien van de handelscijfers, moeten ook de investeringscijfers zorgvuldig worden geïnterpreteerd vanwege statistische onvolkomenheden en complexiteit. Directe investeringen creëren zeggenschap over het management. Natuurlijk is voor echte managementcontrole meer dan 50% van het aandelenkapitaal nodig, maar in het algemeen kan met 10% van het aandelenkapitaal al veel zeggen-

10% van het
aandelen-
kapitaal

schap worden verkregen. Daarom wordt in de internationale statistieken een aandeel van boven de 10% beschouwd als een directe investering. Een investering die onder de 10% van het aandelenkapitaal blijft, wordt een portfolio-investering genoemd.

Soms worden de directe investeringen weergegeven van jaar op jaar, waarbij de investeringen worden opgevat als stroomgrootheden. Er zijn ook statistieken waarbij de voorraad van directe investeringen gegeven wordt. Deze voorraadbenadering betekent dat alle voorgaande stromen van directe investeringen worden opgeteld. Dit verschil is sterk zichtbaar als we kijken naar de investeringen van opkomende economieën. Het aandeel van bijvoorbeeld China en Brazilië in de mondiale stroom van directe investeringen in de periode 2013-2015 is hoog, maar omdat bedrijven in beide landen pas sinds kort hun vleugels uitslaan via buitenlandse investeringen, is het aandeel van beide landen in de totale *voorraad* van investeringen nog erg laag.

voorraad-
benadering

De werkelijke waarde van directe investeringen wordt meestal onderschat omdat buitenlandse bedrijven de winsten die ze op de buitenlandse markt maken, vaak weer investeren in de onderneming of gebruikmaken van de lokale kapitaalmarkt om uitbreiding te financieren. Er is in dat geval weliswaar sprake van een investering door een buitenlands bedrijf, maar deze wordt niet gezien als een grensoverschrijdende transactie en valt dus buiten de registratie van directe investeringen. Ook zijn er interpretatieproblemen als we inzicht willen krijgen in de geografische spreiding van directe investeringen. Dit is omdat veel investeringen plaatsvinden vanuit belastingparadijzen en offshore financiële centra, zoals Bermuda, de Maagden- en Kaaimaneilanden. Het zal duidelijk zijn dat investeringen vanuit deze regio's gedaan worden door bedrijven die daar alleen zitten vanwege de belastingvoordelen.

Ten slotte moet nauwkeurig worden gekeken of er bij de directe investeringen sprake is van contractuele of werkelijke investeringen. Bij contractuele investeringen is de overeenkomst waarbij het bedrijf aangeeft te gaan investeren weliswaar ondertekend, maar is de werkelijke investering nog niet gedaan. Het kan zijn dat de marktomstandigheden op enig moment niet optimaal zijn en dat met de werkelijke investering wordt gewacht op betere tijden. Ook kunnen allerlei procedures het proces vertragen, zoals het wachten op de juiste vergunningen of toestemmingen van overheden en mededingingsautoriteiten.

Contractuele
investeringen

Met dit in het achterhoofd volgen we in het boek de methodiek en overzichten zoals ze zijn aangegeven in de officiële publicaties van de UNCTAD, het IMF en Nationale Statistische Bureaus.

1.6.4 De ontwikkeling van directe investeringen

De ontwikkeling van de directe investeringen is in figuur 1.14 samengevat. De instroom van directe investeringen lag in 2014 op 1.230 miljard dollar. Ter vergelijking: in 1990 lag de jaarlijkse inkomende stroom op 209 miljard dollar. Overigens lag het niveau in 2007, net voor het begin van de economische crisis, nog ruim boven de 1.900 miljard dollar. Het overzicht laat de daling zien van de instroom van directe investeringen in 2008 en 2009 als gevolg van de (economische) crisis. Ook in 2012 is een sterke daling te zien; ook nu als gevolg van de slechte economische situatie en vooruitzichten.

De economische crisis trof vooral de investeringsstroom tussen de EU en de VS. Deze daalde bijvoorbeeld in 2012 met bijna 50% ten opzichte van een jaar eerder.

Hetzelfde beeld zien we bij de uitgaande directe investeringen. Ondanks de daling tussen 2007 en 2014 blijven het duizelingwekkende bedragen. Overigens is te zien dat de instroom van directe investeringen niet gelijk is aan de uitstroom. Dat komt doordat de statistieken samenstelt op basis van nationale statistieken die methodologisch van elkaar verschillen. Transacties worden dan niet op dezelfde manier weergegeven. Stel dat het Duitse bedrijf Volkswagen haar winst die het heeft gemaakt in Korea direct weer investeert in dat land. In dat geval kunnen de Duitse autoriteiten dit zien als een directe investering in Korea en dit zien we dan terugkomen in de uitstroom van directe investeringen. Tegelijkertijd laat Korea deze investering niet terugkomen in de statistieken van de instroom van directe investeringen.

FIGUUR 1.14 Ontwikkeling van de directe investeringen, 2006-2014

Instroom directe investeringen	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	Wereld (absoluut, in miljarden dollars)	1.463	1.976	1.791	1.198	1.309	1.700	1.130	1.452
Ontwikkelde landen (% van wereld)	67,1	66,3	56,9	50,6	47,3	51,8	38,8	39,0	35,1
Zich ontwikkelde landen en landen in transitie (% van wereld)	29,2	29,1	36,3	43,3	47,1	42,6	54,8	53,6	54,9

Uitstroom directe investeringen	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	Wereld (absoluut, in miljarden dollars)	1.415	2.198	1.969	1.175	1.451	1.712	1.347	1.411
Ontwikkelde landen (% van wereld)	81,4	83,2	80,3	73	68,2	71,0	63,3	60,8	61,2
Zich ontwikkelde landen en landen in transitie (% van wereld)	16,9	14,4	16,7	22,8	27,6	24,7	32,7	32,2	35,1

Noot: De tabel hanteert de officiële verdeling van de VN in *developed economies* en *developing and transition economies*. Het telt niet precies op tot 100% vanwege het feit dat een zeventigtal kleine, arme landen niet zijn meegenomen in de statistieken.

Bron: UNCTAD, *World Investment Report 2014 en 2015*

We hebben in figuur 1.14 ook de aandelen weergegeven van de rijke ontwikkelde landen en de zich ontwikkelde landen, inclusief landen in transitie. Duidelijk is dat het aandeel van deze laatste groep zowel in de instroom als in de uitstroom aan het toenemen is. Steeds meer westerse bedrijven willen profiteren van de snelgroeïende landen en investeren op grote schaal in productiecapaciteit in deze landen. In 2014 ligt het aandeel van de ontwikkelde landen met betrekking tot de instroom van directe investeringen op

55%. Daarnaast worden bedrijven uit deze opkomende economieën zelf internationaal steeds actiever. Tot de jaren negentig waren niet veel bedrijven uit landen als China, India of Brazilië sterk genoeg om de stap naar het buitenland te maken. Dit is echter aan het veranderen. Iedere dag zien we in de krant artikelen waaruit blijkt dat Nederlandse en westerse ondernemingen zijn overgenomen door bedrijven uit deze landen. Door de late start ligt het aandeel van de opkomende markten in de totale uitstroom van directe investeringen met 35% in 2014 nog op een laag niveau, maar er is sprake van een structurele groei. In 2007 lag hun aandeel nog op slechts 14%.

Late start

1

Net als bij het multilaterale handelsverkeer, zijn ook op het terrein van de directe investeringen enkele trends te onderscheiden. Op de eerste plaats is dat de sterke toename van het aandeel van een kleine groep van opkomende economieën in de instroom en uitstroom van directe investeringen. Bedrijven uit deze landen worden onze nieuwe burens. Op de tweede plaats zijn er belangrijke nieuwe spelers op de markt bijgekomen: de *souvereign wealth funds*, of staatsfondsen, die steeds actiever zijn met investeringen over de grenzen.

Nieuwe burens

Snelgroeiende opkomende markten worden steeds belangrijker in de mondiale investeringsstromen en hierbinnen zijn het vooral de BRICS die een sterke groei laten zien. Het aandeel van deze vijf landen is tussen 2006 en 2014 fors toegenomen. Vanaf het begin van het globaliseringstijdperk vond een groot deel van de directe investeringen plaats in de ontwikkelde wereld, in een twintigtal geïndustrialiseerde landen. In de jaren tachtig lag hun gezamenlijk aandeel op ruim 80%. Natuurlijk waren er jaarlijkse schommelingen, veroorzaakt door enkele extreem grote fusies en overnames, maar gemiddeld lag het aandeel van de ontwikkelde landen in de mondiale instroom van directe investeringen op 70% gedurende de periode 1986-2005. Uit figuur 1.15 blijkt dat dit gegeven sterk aan het verschuiven is. We hebben de tabel nu ingedeeld naar regio's en clusters van landen. De procentuele aandelen van de BRICS-landen en landen in Oost- en Zuidoost-Azië zijn sterk toegenomen, terwijl het relatieve belang van de EU en de VS is gedaald. Het blijkt dat in 2014 21% van de mondiale inkomende investeringen naar de BRICS gaat; een sterke toename ten opzichte van 2006 (9,6%). In 1990 (niet in de tabel) was het aandeel slechts 2%.

Staatsfondsen

Een nieuwe trend in het internationale investeringsverkeer is de toenemende invloed van staatsfondsen of *'sovereign wealth funds'*. Het zijn investeringsvehikels van overheden. Deze staatsfondsen hoeven alleen verantwoording af te leggen aan de centrale overheid van het desbetreffende land. Er zijn namelijk geen andere aandeelhouders. Hoewel staatsfondsen enorm groot zijn, is hun aandeel in de mondiale directe investeringen (nog) klein. Het gaat om een opgebouwd totaalbedrag van ongeveer 175 miljard dollar (2014). Dat is minder dan 1% van de totale voorraad directe investeringen. Dat komt doordat het overgrote deel ervan gericht is op de korte termijn; het zijn portfolio-investeringen waarbij minder dan 10% van het aandelenkapitaal wordt overgenomen. Slechts een klein deel van deze investeringen is dus in de statistieken van directe investeringen te zien. Hoewel het aandeel nog klein is, groeit deze nieuwe investeerdersgroep snel. Terwijl in de laatste jaren de totale stroom van directe investeringen onder

Staatsfondsen

FIGUUR 1.15 Aandelen in mondiale investeringsstromen, 2006-2014

Instroom directe investeringen (% van de wereld)									
Regio	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Wereld	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Europese Unie	40,0	43,2	30,3	29,8	24,3	28,8	16,2	17,0	20,9
VS	16,2	11,0	17,1	12,0	15,1	15,5	15,3	17,2	7,9
Latijns Amerika	5,1	7,7	10,1	7,0	10,0	10,0	13,1	12,7	12,9
Afrika	2,0	2,0	2,5	3,1	2,2	2,8	4,1	3,9	4,3
Oost- en Zuidoost-Azië	4,4	4,3	2,8	4,0	7,1	19,6	25,1	23,9	31,1
BRICS	9,6	10,4	15,7	16,6	17,7	18,4	20,0	21,0	21,7

Uitstroom directe investeringen (% van de wereld)									
Regio	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Wereld	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Europese Unie	48,9	54,8	48,6	33,5	33,2	34,2	17,7	17,8	21,3
VS	15,8	17,9	15,7	22,7	21,0	25,6	31,4	27,0	25,2
Latijns Amerika	1,3	2,4	4,2	1,2	3,4	2,2	3,4	2,1	1,7
Afrika	0,6	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,9	0,9	1,0
Oost- en Zuidoost-Azië	2,0	2,7	1,6	2,8	3,0	15,8	20,3	20,7	28,7
BRICS	6,6	4,5	7,3	9,1	10,1	17,0	20,0	21,0	21,2

Noot: De percentages tellen niet op tot 100%. Niet alle regio's zijn meegenomen en door overlap BRICS met Aziatische regio.

Noot: De enorme daling van het VS aandeel in de wereldwijde instroom in 2014 is het gevolg van de verkoop door Vodafone van haar aandeel Verizon

Bron: UNCTAD, *World Investment Report 2014*

druk is komen te staan vanwege de economische crisis, zie je een toenemende stroom directe investeringen door staatsfondsen, zoals Temasek (Singapore), China Investment Corporation (China), Qatar Investment Authority en Mubadala (Verenigde Arabische Emiraten; VAE). Directe investeringen door staatsfondsen liggen gevoelig en veel overheden van ontvangende landen vinden het niet prettig als dergelijke investeringen op grote schaal plaatsvinden. De investering betekent immers grote buitenlandse (overheids)invloed op het management en op strategische besluiten. In 2010 kocht het Chinese Cosco met hulp van China Investment Corporation, een deel van de haven in Piraeus. Er waren heftige discussies in het Griekse parlement over deze overname van essentiële infrastructuur. Dezelfde discussies gaan weer komen; in juli 2015 werd bekend dat de Griekse regering in het kader van een nieuwe privatiseringsronde een tweede deel van het havenbedrijf in Piraeus wil verkopen en ook nu is Cosco de belangrijkste kandidaat.

De snelle economische, technologische en culturele veranderingen, in combinatie met berichtgeving door de media, resulteren in stereotype beelden over globalisering, internationale handelsstromen en buitenlandse investeringen die niet meer waar zijn – of in ieder geval minder waar zijn. Het probleem is vaak dat we de neiging hebben om te snel conclusies te trekken omdat we de trendmatige ontwikkeling niet zien of niet willen zien. Het is met recht een nieuwe wereld; een wereld die er anders uitziet dan de afgelopen zestig jaar van westerse dominantie, de westerse consument en de concurrentie van bedrijven uit de westerse wereld. Het is de wereld van de opkomende economieën. Dit is het thema van hoofdstuk 2.

Samenvatting

- Bij de discussie over globalisering staan twee ontwikkelingen centraal: de rol van het internationaal opererende bedrijfsleven en de opkomst van snelgroeiende opkomende economieën, zoals de BRICS. Het bedrijfsleven wordt steeds internationaler en de rol die opkomende markten spelen in het globaliseringsproces wordt steeds groter; vooral de invloed van Azië is meer en meer voelbaar.
- Het globaliseringstijdperk kan worden onderverdeeld in drie fasen. De eerste fase (globalisering 1.0) werd vooral geïnitieerd en gestimuleerd door overheden. De tweede fase van globalisering (globalisering 2.0) werd gedreven door het steeds internationaler worden van het bedrijfsleven. De huidige fase (globalisering 3.0) wordt gedreven door de activiteiten van het individu binnen de context van mondiale verwevenheid.
- De economische globalisering is de integratie tussen landen en bedrijven als gevolg van internationale handel en buitenlandse investeringen. Dit is de enge definiëring van globalisatie. Daarnaast kan ook breder naar globalisering worden gekeken. In deze brede definitie wordt ook gekeken naar financiële, technologische, sociaal-culturele en politieke globalisering.
- Het betreden van een buitenlandse markt is een strategische keuze van het bedrijf. Indien zeggenschap over het management essentieel is, zal gekozen worden voor een overname, fusie of een greenfield-investering. Indien gekozen wordt voor een laag risicoprofiel wordt eerder gekozen voor export of een strategische alliantie. Een joint venture-constructie is een optie die vaak gekozen wordt indien het bedrijf onbekend is met de nieuwe markt. In dat geval wordt samenwerking gezocht met een lokale partner.
- Met behulp van de transnationaliteitsindex (TNI) wordt de internationalisering van een bedrijf gemeten. Deze index bestaat uit het ongewogen gemiddelde van drie ratio's: buitenlandse bezittingen als percentage van de totale bezittingen, buitenlandse omzet als percentage van de totale omzet en buitenlandse werkgelegenheid als percentage van het totale aantal werknemers. Vaak wordt de TNI gecorrigeerd voor het aantal landen waarin het bedrijf actief is.
- De drijvende krachten achter het globaliseringsproces zijn de mondiale liberalisatie- en privatiseringsprocessen, technologische ontwikkeling, korter wordende productlevenscycli en harmonisatie van consumenten-

voorkeuren. Deze factoren zullen verdere globalisering stimuleren. Tegelijkertijd zijn er tegenkrachten zichtbaar die vooral door de antiglobalisten omarmd worden.

- De internationale handel kan worden beschreven door middel van vier ontwikkelingen: het toenemende belang van de opkomende economieën in handelsstromen, de sterke groei van de handel in het handelsblok (intrahandel), de stijging van het aandeel van hightechproducten in de export van opkomende economieën en de toename van de bedrijfsinterne handel.
- De opkomst van de opkomende economieën zien we ook terugkomen als we kijken naar de instroom en uitstroom van mondiale investeringen.