

**« Onderzoek naar het effect van handelsmissies op buitenlandse
investerings op een Belgische markt »**

Van Leemputten Geert

Masterproef ingediend
tot het behalen van de graad van
Master in de handelswetenschappen.

Academiejaar 2006 - 2007

Promotor : Professor De La Haye

CAMPUS VLEKHO - Departement Handelswetenschappen van de
Hogeschool voor Wetenschap & Kunst

**« Onderzoek naar het effect van handelsmissies op buitenlandse
investerings op een Belgische markt »**

Van Leemputten Geert

Masterproef ingediend
tot het behalen van de graad van
Master in de handelswetenschappen.

Academiejaar 2006 - 2007

Promotor : Professor De La Haye

CAMPUS VLEKHO - Departement Handelswetenschappen van de
Hogeschool voor Wetenschap & Kunst

INHOUD

INHOUD	i
Woord vooraf	iv
Lijst van tabellen en figuren.....	vi
Inleiding	10
Onderzoeksvraag.....	12
Hoofdstuk 1: historische achtergrond van internationale handel	14
1. Het ontstaan van export.....	14
1.1 De wet van comparatieve voordelen	14
1.1.1 Toestand zonder internationale handel.....	16
1.1.2 Toestand bij vrijhandel.....	16
1.2 Verklaringen voor het bestaan van comparatieve kostenverschillen	17
1.3 Doorbraak in de theorie van de internationale handel: “de Heckscher-Ohlin benadering”	19
2. Het belang van export voor een kleine open economie, toegepast op België.....	19
3. Historische achtergrond tot directe buitenlandse investeringen.....	21
3.1 De theorie van Hymer	22
3.2 De transactiekosttheorie	22
3.3 De internationaliseringstheorie	23
3.4 Eclectisch paradigma van Dunning.....	23
3.5 De internationaliseringsfase	25
3.5.1 Product Life Cycle Model.....	25
3.5.2 Het Evolutionair Model.....	27
Hoofdstuk 2: Internationale handel, het exportluik.....	29
1. Export als onderdeel van investeren in een land	29
1.1 Definitie van export.....	29
1.2 Voordelen van internationale handel.....	29
1.3 Grenzen aan internationale vrijhandel.....	30
1.4 Effecten van het protectionisme	32
2. Federale initiatieven tot aantrekken van buitenlandse investeringen.....	32
2.1 Handelsmissies	32
2.1.1 Een proces van een handelsmissie uitgeschreven	32
2.2 Networking Cocktails.....	36
2.3 Uitgifte van informatiebrochures	37
2.4 Notionele intrestaftrek.....	37

3. Export initiatieven door de Vlaamse overheid.....	38
3.1 Financiële stimuli	39
3.2 Netwerking met strategische partners	39
4. Federale instellingen opgericht ter bevordering van de Belgische internationale handel.....	39
4.1 Het agentschap voor de buitenlandse handel (ABH)	40
4.2 De Belgische Maatschappij voor Internationale Investeringen (BMI)	41
4.3 De Nationale Delcredere Dienst.....	42
4.4 Finexpo.....	42
4.5 Exportbevorderende privé-instanties.....	44
5. Van unitaire staat naar Federaal Koninkrijk een schets van de politieke en juridische context.....	44
6. Regionale instellingen opgericht ter bevordering van de internationale handel	47
6.1 Flanders Investment and Trade	47
6.2 L'Agence Wallonne à L'Exportation.....	50
6.3 Brussels Export	51
6.4 Handelsattachés	52
Hoofdstuk 3: Directe buitenlandse investeringen	54
1. Definities van directe buitenlandse investeringen.....	54
2. Belangrijkste motieven voor directe buitenlandse investeringen.....	55
2.1 Resource seeking.....	55
2.2 Market seeking	56
2.3 Efficiency seeking	56
2.4 Strategic seeking	57
3. Horizontale versus verticale directe buitenlandse investeringen	57
4. Determinanten voor directe buitenlandse investeringen	57
5. De verschillende vormen van directe buitenlandse investeringen	58
5.1 Greenfieldinvestering	58
5.2 Joint venture	59
5.2.1 Definities	59
5.2.2 De objectieven van een joint venture	60
5.2.3 Voordelen van een joint venture	60
5.2.4 Nadelen van een joint venture.....	63
5.2.5 Soorten joint-ventures	64
5.3 Fusie en overname (acquisitie).....	66
5.3.1 Acquisities en het type competentietransfer.....	67

5.3.2 Acquisities in relatie tot het activiteitsdomein	68
6. Effecten van directe buitenlandse investeringen op het gastland.....	68
6.1 Kanalen voor spillovers.....	69
6.2 Impact van directe buitenlandse investeringen op het gastland.	70
7. Globale trends in DBI	70
8. Attractiviteit van België als investeringsland.....	73
9. Directe buitenlandse investeringen in België.....	75
Hoofdstuk 4: Empirisch onderzoek: “Zorgen handelsmissies voor investeringen in België?”	78
1. Methodologische inleiding op het empirisch onderzoek.....	78
2. Formulering van de onderzoekshypothese en onderliggende assumpties.....	79
3. Resultaten	80
3.1 Het begrip ‘handelsmissie’	81
3.2 Doelstellingen tijdens een handelsmissie	83
3.3 Motieven om deel te nemen aan een handelsmissie.....	88
3.4 Begeleiding tijdens een handelsmissie	90
3.5 Verschillen tussen Federale en Regionale handelsmissies.....	91
Besluit.....	95
Lijst van geraadpleegde werken	98
Bijlagen	105
BIJLAGE 1: Lijst ondervraagde ondernemingen.....	105
BIJLAGE 2: Enquête formulier	108
BIJLAGE 3: Doelstellingen per regio	112

WOORD VOORAF

We zijn nu donderdagavond 3 mei, mijn masterproef is af! Het heeft lang geduurd, maar de voldoening langs mijn kant is groot. Ik ben fier op het geleverde werk, al zijn er natuurlijk altijd bepaalde punten die voor verbetering vatbaar zijn. In september 2006 ben ik gestart met het onderzoek waarvan u het resultaat nu voor u hebt liggen. Op dat moment wist ik haast niets af van handelsmissies, de Belgische staatsstructuur op vlak van het buitenlands beleid, directe buitenlandse investeringen, export en Belgische instanties die de buitenlandse handel bevorderen. Gedreven door veel motivatie, moed en nieuwsgierigheid in het onderwerp heb ik me verdiept in deze onderwerpen. Nu zijn we mei 2007, ongeveer een 7 maanden later, en durf ik stellen dat ik in die periode een behoorlijke kennis vergaard heb op het vlak van deze materie.

De reden van dit onderzoek is eigenlijk gebaseerd op mijn ongeloof wat betreft het werkelijke economische nut van handelsmissies. De laatste tijd werden we overspoeld door mediaberichtgevingen die een handelsmissie onder leiding van Kroonprins Filip in het belachelijke trokken. Op deze manier verloor, althans in mijn ogen, de handelsmissie zijn geloofwaardigheid. Het ongeloofwaardige van zo'n handelsmissie wordt enkel versterkt door de beelden die we te zien krijgen op televisie of in kranten. We zien enkel Kroonprins Filip of topministers handjes schudden met plaatselijke regeringsleiders om vervolgens plaats te nemen aan immense banketten. Economische verwezenlijkingen van zulke handelsmissie worden nooit kenbaar gemaakt aan het publiek. De vraag kan gesteld worden waarom de media de economische verwezenlijkingen niet opneemt in haar berichtgeving... een gebrek aan sensatie is misschien het antwoord.

Het onderzoek diende dus in hoofdzaak om mezelf, en iedereen die zich in dit onderwerp interesseert, een beter inzicht te geven in het nut van een handelsmissie. Mijn beeld over het nut van handelsmissies is in ieder geval gewijzigd. Het doel van dit werk is om nu ook de lezer te overtuigen van de waarde van een handelsmissie.

In de eerste plaats zou ik mijn ouders willen bedanken die steeds in mij en in mijn studies zijn blijven geloven. Zonder hun jarenlange inspanningen en zonder de talloze opofferingen die zij voor mij hebben gemaakt zou ik weldra niet afstuderen als Master in de Handelswetenschappen en zou deze masterproef nooit tot stand zijn gekomen. Het gevoel dat

nu bij mij overheerst kan ik nooit neerschrijven in dit voorwoord. Mama en papa, ik zie jullie geweldig graag! Bedankt voor alles!

Verder zou ik ook mijn promotor willen bedanken die steeds klaar stond met het nodige advies en mij bijstuurde wanneer het nodig was. Ik heb erg veel opgestoken van uw raadgevingen en die zullen mij dan ook altijd bijblijven. Bedankt Professor De La Haye.

Iedereen die mij heeft geholpen wat betreft het verzamelen van informatie wens ik ook speciaal te bedanken. Ook de tachtig bedrijven die hebben meegewerkt aan het onderzoek wens ik van harte te bedanken. Zonder jullie hulp had ik geen onderzoek.

Mijn laatste bedanking gaat uit naar iemand waar ik mij geweldig goed bij voel en die op korte tijd mijn hart heeft kunnen veroveren. Katrien, we kenden al heel wat leuke momenten samen, er zullen er gerust nog enkele volgen! Zie je graag!

LIJST VAN TABELLEN EN FIGUREN

1 FIGUREN

Figuur A: Interrelationship met creatie van synergie toegepast op het bedrijfsniveau	62
Figuur B: The Dominant Power Joint Venture	65
Figuur C: The Shared Management Joint Venture.....	66

2 TABELLEN

Tabel I : Output per manjaar voor graan en kleding	15
Tabel II : Productie van kleding en wijn in Amerika en Europa bij autarkie	16
Tabel III : Productie van kleding en wijn in Amerika en Europa toestand bij vrijhandel	17
Tabel IV : Belang van België als uitvoerland	20
Tabel V: Wereldgoederenhandel: belangrijkste exporteurs en importeurs in 1993 (procentueel).....	21
Tabel VI : Samenvattende tabel van de productielevenscyclus van Vernon	27
Tabel VII: Gegevens empirisch onderzoek.....	79
Tabel VIII: Doelstellingen van handelsmissies gerangschikt naar hun belangrijkheid (Algemeen).....	84

INLEIDING

De volgende paragrafen zullen een inhoudsschets geven van de hoofdstukken die in deze masterproef aan bod komen. Er dient opgemerkt te worden dat in elke inhoudsschets van een hoofdstuk de link naar het doel van het onderzoek zal verklaard worden.

Het eerste hoofdstuk is een inleidend hoofdstuk dat dient te verklaren waarom landen of ondernemingen zijn gaan exporteren. Er is namelijk een spreekwoord dat zegt: “Wat je zelf doet, doe je beter.” Waarom dan nog gaan importeren als het land zelf over de mogelijkheden beschikt om een goed te produceren? Op basis van de wet van de comparatieve voordelen ontwikkelt door Ricardo zal hierop een antwoord gegeven worden. Verder wordt in het eerste hoofdstuk het ontstaan van directe buitenlandse investeringen verklaard en hoe in de loop der jaren de theorieën over dit onderwerp zijn bijgesteld. Dit hoofdstuk geldt dus enerzijds als inleiding op hoofdstukken twee en drie, waar er respectievelijk dieper wordt ingegaan op de Belgische export en hoe deze bevordert wordt door de overheid en op de bespreking van directe buitenlandse investeringen. Anderzijds zet het de lezer aan om zelf na te denken over de onderzoeksvraag met reeds een beperkt deel aan informatie beschikbaar.

In het tweede hoofdstuk van deze masterproef wordt het eerste deel van de definitie van investeren besproken. Er wordt zeer summier verklaard wat export juist is. Daarna wordt er overgegaan tot de overheidsinitiatieven, zowel de Federale als de Vlaamse die exportbevorderend werken. De lezer krijgt verder een overzicht van de staatsvormingen die ons land kende met betrekking tot de bevoegdheden van de gewesten op het politieke en juridische vlak. Dit moet de lezer in staat stellen om de instanties die in België bevoegd zijn voor buitenlandse handel beter te begrijpen. Tot slot komen de regionale instellingen aan bod die de internationale handel moeten bevorderen.

Hoofdstuk drie kadert volledig in het tweede deel van de definitie van investeren. Na de beschrijving van het ontstaan van directe buitenlandse investeringen in hoofdstuk één, gaat dit hoofdstuk verder door op de motieven om in het buitenland te gaan investeren. Op welke manieren dit kan gebeuren en wat de determinanten voor directe buitenlandse investeringen zijn. Er zal verder ingegaan worden op de effecten die directe buitenlandse investeringen met zich meebrengen op het gastland en wat de globale trends zijn in directe buitenlandse investeringen. Het hoofdstuk eindigt met een beschrijving van de attractiviteit van België als

land om in te investeren, waarna de directe buitenlandse investeringen in België worden beschreven.

In het empirische gedeelte van deze masterproef zijn tachtig Belgische ondernemingen die reeds op handelsmissie geweest zijn, onderworpen aan een enquête. Door te peilen wie er baat heeft aan een handelsmissie, wat hun ervaringen waren op voorgaande handelsmissies, of er sprake was van een omzetsijging na hun deelname, en hoe zij tegenover de aanwezigheid van de leden van de Koninklijke familie en ministers en diplomaten staan op zulke missies, zal er getracht worden een antwoord te formuleren of handelsmissies zorgen voor investeringen in België.

ONDERZOEKSVRAAG

Het algemeen kader waarin deze masterproef zich situeert is het buitenlands beleid van België. Deze ruime context dient echter vernauwd te worden naar de financiële stromen die ons land binnenkomen door het gevoerde handelsbeleid. Het importluik zal dan ook in dit werk geen belangrijke rol worden toebedeeld.

Zoals reeds te lezen op het titelblad is de titel van dit werk: “Onderzoek naar het effect van handelsmissies op buitenlandse investeringen op een Belgische markt.” De kernvraag waarop het gevoerde onderzoek gebaseerd is, stelt zich als volgt simpeler: “Zorgen handelsmissies voor significant meer investeringen in België?” Om een antwoord te formuleren op deze vraag, dient er eerst een definitie gevormd te worden van de begrippen ‘handelsmissie’ & ‘investeren in een thuisland’, alsook dient er een verklaring te worden gegeven van het ‘significante’.

Er ontstaat door een handelsmissie significant meer investeringen van zodra, dat er kan aangetoond worden dat een handelsmissie een directe invloed heeft op een verhoging van het exportcijfer van een bepaalde onderneming of van de directe buitenlandse investeringen voor een bepaald land.

Momenteel bestaat er amper wetenschappelijke literatuur over handelsmissies. Een duidelijke referentie naar het begrip ‘handelsmissie’ zal dan ook niet teruggevonden worden in deze masterproef. In deze onderzoeksvraag zal een operationele definitie van een handelsmissie gegeven worden afgaand op de samenstelling en het doel van de missie. In het empirisch gedeelte van deze masterproef wordt bij de ondervraagde ondernemingen gepeild naar hun visie op het begrip handelsmissie. Er zal dan op basis van hun visies, waar ongetwijfeld verschillen in klemtonen en aandachtspunten aanwezig zullen zijn, getracht worden een allesomvattende definitie te formuleren. De operationele definitie luidt als volgt:

“Een handelsmissie is een expeditie van zakenlui, eventueel vergezeld van politici en/of leden van de Koninklijke familie, naar het buitenland om daar met één of meerdere bedrijven contact te leggen, samenwerkingsverbanden te sluiten, handel te drijven, synergie te creëren zowel in het thuisland als in het gastland.”

Dit werk gaat er van uit dat men op twee manieren kan investeren in een thuisland. Enerzijds kan men producten die door het thuisland geproduceerd worden gaan kopen, zodat er een financiële stroom gecreëerd wordt in de richting het thuisland en een goederenstroom richting het land dat koopt. Men spreekt in dit geval van een exporterend thuisland.

Anderzijds kan een land ook investeringen aantrekken doordat multinationale ondernemingen het land aantrekkelijk vinden om er in te investeren. Er zullen dan greenfield investeringen plaatsvinden, of er zullen joint ventures afgesloten worden met plaatselijke bedrijven. In deze gevallen spreekt men van directe buitenlandse investeringen. Deze laatste soort investering heeft niet enkel een financiële investering als gevolg, maar is ook een middel tot creatie van werkgelegenheid, waardoor er zal sprake zijn van een hoger nationaal inkomen, het consumptiegedrag van de bevolking zal stijgen en er dus een hogere nationale welvaart ontstaat.

Aangezien de ondernemingen die het afgelopen jaar nog geen zicht hebben op het effect van de handelsmissie op hun omzetcijfer, werd er in dit onderzoek gekozen om de ondernemingen tussen 2002 en 2004 te ondervragen.

HOOFDSTUK 1: HISTORISCHE ACHTERGROND VAN INTERNATIONALE HANDEL

Dit eerste inleidende hoofdstuk zal het belang aan tonen van de internationale handel. De masterproef richt zich op de beantwoording van de onderzoeksvraag: “Zorgen handelsmissies voor significant meer investeringen in België?”. Om die reden, zal enkel de export en de directe buitenlandse investeringen in dit werk worden opgenomen als onderdeel van internationale handel. Dit hoofdstuk zal het belang van de export schetsen voor een kleine open economie als België, alsook een historische verklaring voor de export geven, om te eindigen met een overzicht van de verschillende ontwikkelde theorieën die de directe buitenlandse investeringen gekenmerkt hebben.

1. Het ontstaan van export

Als men er van uit gaat dat elk land kan voorzien in de bevrediging van haar behoeften, dan zou er geen sprake zijn van internationale handel. Men kan zich dan de vraag stellen waarom men niet alles zelf produceert. De verklaring hiervoor ligt in het feit dat er sprake is van internationale specialisatie tussen landen, wat uiteindelijk leidt tot de creatie van comparatieve voordelen.

1.1 De wet van comparatieve voordelen

Eenvoudig gesteld houdt het begrip ‘internationale specialisatie’ in, dat elk land zich toelegt op datgene dat het land het beste kan. Dit wil zeggen een zo goed mogelijk product afleveren tegen een zo laag mogelijk productiekost. Een land kan meer produceren en bijgevolg meer verdienen indien het zich toelegt op de activiteiten waarvoor het land het meest geschikt is. Met de opbrengsten die het land genereert uit de afzet van deze productie, kan het buitenlandse goederen aankopen. Dit is de meest eenvoudige vorm van internationale handel.

De theorie van de internationale handel is voor het eerst geformuleerd door de Engelse econoom David Ricardo¹ (1772-1823), die beschouwd wordt als de grondlegger van de deductieve methode in de economische wetenschap. In de volgende paragrafen zal de theorie van Ricardo summier worden verklaard aan de hand van een voorbeeld.

Er dient te worden uitgegaan van twee landen, Amerika en Europa die beide twee dezelfde producten (graan en kleding) maken. De enige productievoorwaarde is arbeid, die uitgedrukt is in output per manjaar² en in beide landen aan elkaar gelijk zijn. De beloning die de mensen krijgen voor hun arbeid wordt uitgedrukt door het loon dat zij ontvangen. Verder zijn de markten gekenmerkt door perfecte competitie, dit wilt zeggen dat er geen sprake is van strategische interactie³ tussen bedrijven.

Tabel I : Output per manjaar voor graan en kleding

	Wijn per jaar	Stuks kleding per manjaar
Europa	2	1
Amerika	4	6

Bron: Brakman et al, 2006

Uit de bovenstaande tabel kan afgeleid worden dat de hoeveelheid output per manjaar onafhankelijk is van de geproduceerde hoeveelheden. We veronderstellen dus constante schaalvoordelen bij de productie. Amerika beschikt zowel over een absoluut voordeel wat betreft de productie van wijn als wat betreft de productie van kleding. Respectievelijk een verhouding van 2 op 4 en 1 op 6. Ricardo wijt dit verschil toe aan verschillen in technologie tussen de landen. Het verschil in technologie is volgens Ricardo ook de primordiale reden, waarom landen aan internationale handel zullen doen.

¹ Adam Smith, had reeds voor Ricardo een theorie voor de internationale handel ontwikkeld. Deze theorie ging er van uit dat er enkel internationale handel kan optreden bij absolute kostenvoordelen, terwijl het bij Ricardo gaat over de comparatieve kostenvoordelen (Van Poeck, et al, 2000).

² Onder het begrip ‘manjaar’ verstaan we één persoon die gedurende één jaar werkt.

³ Bij imperfecte markten, kan een actie genomen door een bedrijf een strategische reactie uitlokken bij een concurrent (vb. prijsoorlogen).

Om te kunnen deelnemen aan internationale handel is geen absoluut kostenvoordeel vereist, wel dat de relatieve efficiëntie bij het produceren van goederen tussen de handelslanden verschilt (wat in dit voorbeeld het geval is). Elk land heeft een comparatief voordeel in de productie van het goed waarin het relatief het meest efficiënt (of het minst inefficiënt) is (Berlage et al, pp 669). Ook al heeft Amerika in dit voorbeeld een absoluut voordeel in de productie van beide producten, toch heeft het enkel een comparatief voordeel in de productie van kleding, waar het relatief gezien het meest efficiënt is. De EU heeft in de productie van beide goederen een absoluut nadeel, maar heeft een comparatief voordeel in de productie van wijn, aangezien het relatief gezien het minste nadeel heeft ten opzichte van Amerika.

1.1.1 Toestand zonder internationale handel

Indien de thuishoeconomie volledig wordt afgeschermd van de internationale handel, is er sprake van autarkie. In dat geval valt de consumptie samen met de binnenlandse output van het land. Het land is in dit geval dus genoodzaakt om beide producten (kleding en wijn) te produceren om te voldoen aan de behoeften van zijn inwoners. Om verder te bouwen op het voorbeeld, stel dat Amerika voor de productie van wijn en kleding vier werkuren krijgt en Europa twaalf. Amerika zou dan twee uren kunnen besteden aan de productie van wijn en eveneens twee uren aan de productie van kleding. Europa zou acht uren kunnen besteden aan de productie voor kleding en vier uren aan de productie van wijn.

Tabel II : Productie van kleding en wijn in Amerika en Europa bij autarkie

	Amerika (4 werkuren)	EU (12 werkuren)	Wereld productie
Kleding	12	8	20
Wijn	8	8	16

Bron: Brakman et al, 2006

1.1.2 Toestand bij vrijhandel

In een situatie van vrijhandel zullen de landen hun economieën openstellen voor vrijhandel. Handelaren zullen producten aankopen waar ze relatief goedkoop zijn en deze goederen verkopen waar die producten schaars en dus duur zijn. De landen gaan hun dus specialiseren in de productie van een welbepaald goed waar ze het grootste comparatief voordeel in hebben,

of waar ze het kleinste verschil in absoluut nadeel in hebben. In het voorbeeld zal Amerika enkel nog kleding produceren en Europa enkel nog wijn. Beide landen kunnen er hun volledige arbeidsuren aan besteden, zijnde respectievelijk vier uur en twaalf uur.

Tabel III : Productie van kleding en wijn in Amerika en Europa toestand bij vrijhandel

	Amerika (4 werkuren)	EU (12 werkuren)	Wereld productie
Kleding	24	0	24
Wijn	0	24	24

Bron: Brakman, et al., 2006

Doordat beide landen zich zijn gaan specialiseren in de productie van een welbepaald goed, is de wereldproductie in de beide producten gestegen. Internationale handel is voor elk land dan ook voordelig, zelfs als een land minder efficiënt produceert dan het andere.

Men kan dus besluiten dat comparatieve kostenverschillen aan de basis liggen van relatieve prijsverschillen. Die prijsverschillen leiden op hun beurt bij vrijhandel tot specialisatie. Hierbij specialiseert elk land zich in de productie van het goed waarin het een comparatief kostenvoordeel heeft. Dat goed zal het land dan exporteren, terwijl ze het goed waarin ze een comparatief kostennadeel heeft zal invoeren (Berlage, et al., 669).

1.2 Verklaringen voor het bestaan van comparatieve kostenverschillen

In de vorige paragrafen werd het bestaan van internationale handel verklaard door het bestaan van kostenverschillen in de productie tussen de verschillende landen. Waardoor het voor het ene land goedkoper wordt om een bepaald product te gaan produceren dan voor een ander land. In de volgende paragrafen zullen vijf verklaringen gegeven worden voor het bestaan van die kostenverschillen tussen landen.

Een eerste factor die het bestaan van kostenverschillen tussen landen verklaart is het verschil in de relatieve beschikbaarheid van productiefactoren (arbeidskrachten, grondoppervlakte, kapitaal). Niet alleen de beschikbare arbeidskrachten en de grootte van de grondoppervlakte spelen een rol ook de vaardigheden van de arbeidskrachten (scholingsgraad, houding ten overstaan van arbeid), de kwaliteit/vruchtbaarheid van de grond spelen een rol in het bestaan van relatieve kostenverschillen tussen landen. Verder kan men ook opmerken dat ook de

natuur aan de basis ligt van relatieve kostenverschillen Een bijkomende verklaring is te wijten aan de natuur. Door dit verschijnsel beschikken landen al dan niet over bodemrijksdommen die in staat zijn om te voorzien in de behoeften van de bevolking. De ongelijke spreiding van natuurlijke rijksdommen en de verschillen in klimatologische omstandigheden kunnen verklaren waarom bepaalde producten in het ene land goedkoper kunnen worden geproduceerd dan in een ander land. Men kan dus besluiten dat een land zich zal gaan specialiseren in de productie van die goederen waarvoor het land het meest geschikt is in functie van de karakteristieken van het land (Houthoofd, 1996).

Het bestaan van toenemende schaalvoordelen is een tweede factor die een verklaring biedt voor het bestaan van comparatieve kostenverschillen. Door de productie van een aantal goederen kunnen er schaalvoordelen optreden, waarmee bedoeld wordt dat de gemiddelde kosten van de onderneming afnemen naarmate de output hoger is. De toepassing van grootschalige productiemethoden veronderstelt de beschikbaarheid van ruime markten. Daarom is het makkelijker grootschalige productie op te starten in landen met een grote binnenlandse markt waar er een grote inlandse koopkracht heerst. Het is echter geen noodzaak om te beschikken over een grote binnenlandse markt indien men wenst te profiteren van schaalvoordelen. Doordat een onderneming in een klein land zich richt op de grootschalige productie van een specifiek goed, kunnen deze ondernemingen op relatief korte termijn toch hun productieschaal vergroten.

Een derde verklaring in het bestaan van comparatieve kostenverschillen tussen landen kan gevonden worden bij de consumentenvoorkeur, de productdifferentiatie, marketing inspanningen, kortom alles wat samenhangt met monopolistische concurrentie.

De technologische voorsprong van een land ten overstaan van andere landen is een vierde verklaring voor comparatieve kostenvoordelen. Door voortdurend te innoveren in het productieproces en in de productietechnieken kan men een voorsprong opbouwen op de andere landen. Indien de innovatie niet continu wordt verder gezet zal deze op termijn niet behouden worden aangezien innovatieve processen worden geïmiteerd. De continue innovatie vereist een volgehouden investering in onderzoek en ontwikkeling, en een efficiënte implementatie van de verkregen onderzoeksresultaten in het productieproces.

Tot slot kunnen ook louter politieke beslissingen een impact hebben op het ontstaan van comparatieve kostenverschillen. De overheid kan het ontstaan van bepaald productie activiteiten stimuleren door het tijdelijk afschermen van de binnenlandse markt of het tijdelijk toekennen van belastingsverminderingen, subsidies of goedkopere kredieten. (Berlage et al, pp 669 – 673, 2000).

1.3 Doorbraak in de theorie van de internationale handel: “de Heckscher-Ohlin benadering”

De theorie van deze twee Zweedse economen vertrekt van Ricardo’s conclusie dat de internationale handel het resultaat is van comparatieve kostenverschillen. Heckscher & Ohlin trachtten een verklaring te vinden voor deze kostenverschillen. Hun benadering stelt dat verschillen in comparatieve kosten terug te voeren zijn tot verschillen in de relatieve factorbegunstiging tussen landen onderling. Hierbij zijn zowel de productiefactoren arbeid, kapitaal als natuur van belang. Het model stelt dat in een land waarin de productiefactor arbeid overvloedig aanwezig is, zich zal specialiseren in de productie en dus ook in de uitvoer van arbeidsintensieve producten. Daarom zal volgens Heckscher-Ohlin het land gekenmerkt worden door een grote invoer van goederen die bestaan uit productiefactoren waarvan in het eigen land een schaarste is (Van Poeck, et al, 2000).

2. Het belang van export voor een kleine open economie, toegepast op België

Zowel de centrale ligging van België in West-Europa, de schaarste aan natuurlijke rijkdommen als de grote bevolkingsdichtheid verklaren het extroverte karakter van de Belgische economie. België moet vele goederen invoeren, in de eerste plaats basisproducten en energieproducten, om te voldoen aan de behoeften van de bevolking. Om de bevolking blijvend in haar behoeften te bevredigen, moet België een belangrijk deel gaan exporteren om zo van haar inkomsten verzekert te blijven. In de loop der jaren is België zich gaan specialiseren in de verwerking van ingevoerde producten. Een mooi voorbeeld is de verwerkende nijverheid die er vrij vlug in slaagde om meer te produceren dan dat het land werkelijk nodig had voor de bevrediging van behoeften. Voor dit overschot zocht de verwerkende nijverheid (en later ook andere sectoren) een buitenlandse afzetmarkt. Het verwerken van in het buitenland aangekochte goederen, die na de verwerking in belangrijke mate opnieuw werden uitgevoerd is de spil waarrond de Belgische economie draait. De volgende tabel geeft de belangrijkheid van de Belgische export weer (Temmerman, 1999).

Tabel IV : Belang van België als uitvoerland

Jaar	Invoer	Uitvoer
2005	256.136.908,67	269.816.624,07
2004	229.617.469,69	246.697.600,44
2003	207.695.735,28	225.970.130,11
2002	209.721.438,01	228.561.594,64
2001	199.491.647,38	212.538.616,43

Bron: Belgostat

Meer dan 80% van het Belgische BBP wordt door de export verwekt. Naast de positieve gevolgen voor onze handelsbalans vallen de gevolgen op lange termijn voor de werkgelegenheid en de fiscale en parafiscale inkomsten niet te versmaden.

Uit een studie door Delcredere is gebleken dat een export van 25 miljoen euro, rekening houdend met de opnemings van buitenlandse goederen en diensten en de onderaanneming, de Belgische economie ongeveer 11,05 miljoen oplevert, samen met werk voor 159 mensen gedurende één jaar, en 4,38 miljoen euro aan fiscale en parafiscale inkomsten (Delcredere, 2007).

Ondanks de relatief kleine oppervlakte van België, heeft het steeds een belangrijke rol gespeeld in de wereldhandel en kan het zich samen met de steun van Luxemburg (BLEU), in 1993 plaatsen in de lijst van de tien grootste wereldexporteurs en wereldimporteurs. Dit blijkt uit tabel 4, die de tien belangrijkste handelsnaties weergeeft in 1993, die op dat ogenblik samen meer dan 60 procent van de wereldhandel voor hun rekening namen.

Tabel V: Wereldgoederenhandel: belangrijkste exporteurs en importeurs in 1993
(procentueel)

Exporteurs	Aandeel	Importeurs	Aandeel
1. USA	12,8	1. USA	16,2
2. Duitsland	10,1	2. Duitsland	8,9
3. Japan	10,0	3. Japan	6,5
4. Frankrijk	5,7	4. Verenigd Koninkrijk	5,5
5. Verenigd Koninkrijk	5,0	5. Frankrijk	5,4
6. Italië	4,6	6. Canada	3,7
7. Canada	4,0	7. Hong Kong (**)	3,7
8. Nederland	3,8	8. Italië	3,6
9. Hong Kong (*)	3,3	9. Nederland	3,5
10. België – Luxemburg	3,3	10. België - Luxemburg	3,0
Totaal	62,6	Totaal	60,0
Wereld	100,0	Wereld	100,0
(*) Incl. werelduitvoer			
(**) Incl. een aanzienlijk gedeelte import voor wederuitvoer			

Bron: De Velder, S., De Cnuydt, I., 1995

3. Historische achtergrond tot directe buitenlandse investeringen

Na de tweede wereldoorlog (1940-1945) en onder invloed van het Marshall plan werd er een grote toename van de Amerikaanse directe buitenlandse investeringen in West Europa vastgesteld. Dit fenomeen leidde tot heel wat vragen: “Waarom investeren Amerikaanse ondernemingen in het buitenland in plaats van te exporteren?”, “Hoe gaan zij de concurrentie aan met Europese bedrijven, rekening houdend met de meerkosten die zij dragen door export?”, “Waarom werken ze niet met licenties?” In de volgende paragrafen krijgt de lezer een beknopt overzicht over de verschillende ontwikkelde theorieën.

Directe buitenlandse investeringen werden eerst verklaard aan de hand van de portefeuilletheorie. Deze theorie stelt dat kapitaal migreert van landen met een laag rendement op investeringen naar landen met een hoger rendement op investeringen. De theorie gaat

ervan uit dat er geen internationale kapitaalbewegingen plaatsvinden tussen de landen. Door deze simpele niet realistische bewering, verliest de portefeuilletheorie zijn voorspellingskracht.

3.1 De theorie van Hymer

Hymer stelde dat er verschillende eigenschappen van directe buitenlandse investeringen en multinationale ondernemingen niet in overeenstemming waren met de portefeuilleflow theorie⁴ zoals deze in de jaren zestig opgang kende. Twee belangrijke verschilpunten kunnen onderscheiden worden. Enerzijds, de vaststelling dat multinationals vooral met kapitaal gegenereerd op de lokale markt hun operaties in het buitenland financierden. Anderzijds, dat er een grote concentratie aan directe buitenlandse investeringen bestond in bepaalde landen, terwijl andere landen dan weer als niet attractief golden (Hymer, 1976). Hymer vond twee factoren die directe buitenlandse investeringen konden verklaren. Ten eerste het reduceren of wegnemen van de internationale concurrentie tussen firma's. Vervolgens het verlangen van multinationals om hun winsten te doen stijgen door gebruik te maken van speciale voordelen die uniek zijn aan het land waarin geïnvesteerd wordt.

Hymer, die volger was van de industriële organisatietheorie, verklaarde het bestaan van directe buitenlandse investeringen als een gevolg van marktonvolkomenheden. Hymer ging er vanuit dat de multinationale onderneming een nadeel had ten opzichte van de onderneming in het thuisland, aangezien zij een meerkost dienen te dragen onder de vorm van export/vervoerskosten. Deze meerkost moet door de multinationale onderneming gecompenseerd worden door superieure technologie, de vervaardiging van betere producten en het schaalvoordeel om in winstgevendheid te kunnen resulteren.

3.2 De transactiekosttheorie

Hymer slaagde er niet in om een duidelijk onderscheid te maken tussen twee types van markt onvolkomenheden. Namelijk die van het structurele type en die van het transactiekosttype. Structurele markt onvolkomenheden leiden finaal tot een afwijking van perfecte competitie

⁴ Portefeuille flow theorie: ontwikkeld door Harry Markowitz in de jaren vijftig, werd door heel wat onderzoekers als basis gebruikt voor de verdere ontwikkeling van theorieën.

in de productmarkt en kunnen het resultaat zijn van ondermeer schaalvoordelen, controle over distributiesystemen en productdifferentiatie. De imperfecties door de transactiekosten ontstaan vanzelf en worden verondersteld buiten de onderneming te liggen. Heel wat onderzoekers zoals McManus (1972), Buckley & Casson (1976) en Dunning & Rugman (1985), wijzen marktimperfecties toe aan opereren binnen een marktomgeving.

3.3 De internationaliseringstheorie

Internationalisering gebeurt volgens Buckley en Casson op het ogenblik dat de firma een grote waaier aan activiteiten onder één coördinatie- en controlenoemer internationaliseert (Buckley & Casson, 1976). Daarenboven stelt Rugman dat internationalisering een allesomvattende theorie is die directe buitenlandse investeringen kan verklaren. Voor een onderneming is het mogelijk om een leverancier te internationaliseren, waardoor telkens als een intermediair product of grondstof vereist is, het goedkoper wordt met die leverancier samen te werken in plaats van het op de vrije markt te kopen. Rugman stelt verder dat de noodzakelijke voorwaarde voor internationalisering (zowel horizontale als verticale internationalisering) de imperfectie is van de markt (Rugman, 1985).

3.4 Eclectisch paradigma van Dunning

In de literatuur wordt het eclectisch⁵ paradigma van Dunning ook het OLI-paradigma⁶ genoemd. In zijn theorie tracht Dunning een verklaring te vinden op enkele pertinente vragen omtrent directe buitenlandse investeringen. “Wat is de reden om te investeren in het buitenland?”, “Welke locatie is voor de investering het meest geschikt?”, “Hoe kan er toegang verkregen worden tot de lokale economie?” Dunning geloofd dat een succesvolle combinatie van de antwoorden op bovenstaande vragen de sleutel is tot een voorsprong op de concurrentie. Door zijn eclectisch paradigma te baseren op drie kernconcepten; ondernemings specifieke know-how, locatievoordelen en internalisatievoordelen, was Dunning ervan overtuigd dat hij de aanwezigheid van multinationals beter kon verklaren en

⁵ Eclectisme wordt door Winkler Prins omschreven als een samenraapsel van theorieën die de bouwstenen vormen van een nieuw ontwikkelde theorie.

⁶ OLI paradigma: Ownership advantages, Locational advantages, Internalisation advantages of; Ondernemings specifieke know-how, Locatievoordelen, Internalisatievoordelen (Jegers, M., 1994).

dat zijn eclecticische theorie bovendien een verbetering van de transactietheorie was (Dunning, 1993).

Indien men spreekt over ondernemingsspecifieke know how, zijn dit eigenlijk de competenties of voordelen waarover een bedrijf beschikt, die de beslissing om in het buitenland te investeren moeten verantwoorden. Hypothetisch wordt er van uitgegaan dat een multinational één of meerdere specifieke voordelen bezit die haar in staat stellen de kosten te dekken om in het buitenland te opereren. De onderneming moet namelijk concurrentieel zijn tegenover buitenlandse rivalen. Deze specifieke voordelen zijn veelal immaterieel en kunnen tegen lage kostenprijs binnen de multinational ingezet worden. Voorbeelden zijn de merknaam, de schaalvoordelen en de reeds aanwezige technologie, voordelen die hogere inkomsten en/of lagere kosten genereren dan de kost die de activiteit op een buitenlandse locatie vertegenwoordigt (Dunning, 1993).

Voor men spreekt over locatievoordelen dringt zich de vraag op welke de relatieve voordelen zijn, verbonden aan de productie in het buitenland in vergelijking met de lokale productie. Als men spreekt over locatievoordelen gaat het over voordelen die helpen de keuze van een bedrijf voor een bepaalde locatie te verklaren. Deze locatievoordelen kan men onderverdelen in twee grote groepen. Ten eerste kunnen de locatievoordelen natuurlijk zijn, waarmee bedoeld wordt dat geschikte productiefactoren aanwezig zijn, dat er sprake is van een aantrekkelijke markt en dat er lage transportkosten zijn. Langs de andere kant kunnen deze voordelen ook ontstaan doordat ze geïnduceerd zijn door de overheid. Zo kunnen import tarieven en niet-tarifaire barrières de export naar dat land zodanig moeilijk maken dat de ondernemingen wel verplicht worden om ter plaatse te gaan produceren. Misschien wel het belangrijkste motief is de creatie van synergie tussen bedrijfsspecifieke middelen en de middelen uit het gastland (arbeid, kapitaal, technologie). Door dit synergie-effect bestaat de mogelijkheid dat er winst wordt gehaald uit de bedrijfsspecifieke voordelen. In het derde hoofdstuk van deze masterproef wordt de creatie van synergie uitvoeriger besproken.

Men spreekt over internalisatievoordelen als de netto-baten die verbonden zijn aan de productie binnen de onderneming, hoger zijn dan de netto-baten verbonden aan de marktcontracten zoals bijvoorbeeld licentie overeenkomsten. Slechts indien er sprake is van internalisatievoordelen zal er geproduceerd worden binnen de nieuwe dochteronderneming (Dunning, 1993).

3.5 De internationaliseringsfase

Internationalisering is geen proces dat automatisch succes garandeert. Internationalisering vergt tijd en het vergt van de onderneming dat ze zijn kennis en ervaring verhogen. Belangrijk is wel dat de aandacht niet enkel gefocust mag worden op het internationale, ook de thuismarkt mag niet uit het oog verloren worden aangezien zowel de multinationale als de binnenlandse concurrenten met dezelfde activiteiten bezig zijn.

Binnen de internationaliseringsfase zijn twee modellen veelal gebruikt, het 'Product Life Cycle Model' en het 'Evolutionair Model'. Het eerste model is gebaseerd op de levenscyclus van een product, terwijl het tweede model eerder de evolutie binnen het denkpatroon van de onderneming beschouwt.

3.5.1 Product Life Cycle Model

Dit internationaliseringsproces is gebaseerd op de levenscyclus van een product. Het veronderstelt dat dit proces de ontwikkelingsfases van een product en de industrie volgen. Er zijn vier fases te onderscheiden in de levenscyclus van een product; de introductiefase van een nieuw product, de groeifase, de maturiteitsfase, de vervalfase. Vernon ontwikkelde de productielevenscyclus theorie om de wereldhandel van goederen te kunnen verklaren aan de hand van de productcyclus. In het algemeen zegt de theorie dat de plaats waar de productie plaatsvindt afhankelijk is van de fase waarin het product zich bevindt. Vernon legt vooral de nadruk op de timing van innovatie, het effect van schaalvoordelen en de rol van de onzekerheid in beïnvloedbare handelspatronen. (Vernon, 1966).

In de introductiefase is het product vaak nog niet gestandaardiseerd. De producenten moeten een zekere flexibiliteit aan de dag kunnen leggen, aangezien product – en procestechnologieën veelvuldige wijzigingen ondergaan om beter tegemoet te komen aan de behoeften van de klant. Ze willen vrijheid in het veranderen van inputs en leveranciers. Vlotte communicatie tussen producent en klanten, leveranciers en zelfs de concurrenten onderling is essentieel. Daarom zullen ondernemingen zich in deze fase vooral concentreren op productie voor de thuismarkt. De thuismarkt speelt volgens Vernon echter een dubbele rol. Enerzijds is zij de bron voor innovatie, anderzijds is zij de geprefereerde locatie waar de ontwikkeling van de innovatie zal plaatsvinden.

Tijdens de groeifase bestaat de mogelijkheid dat de vraag sterk zal stijgen. Bij een sterke vraag, zal de standaardiseringsgraad van het product toenemen waardoor massaproductie en massaverkoop mogelijk worden. Indien de buitenlandse vraag stijgt, zal de export succesvol blijven zolang er geen technologische kloof bestaat tussen het thuisland en de andere landen (buitenland). Door de toenemende concurrentie zullen prijs en schaalvoordelen een steeds belangrijkere rol gaan spelen. De importerende landen zullen de ingevoerde technologie gaan kopiëren en overgaan tot de lokale productie van het product, wat lagere export tot gevolg heeft voor het thuisland. Als reactie op het lokaal produceren, zullen ondernemingen uit het thuisland, buitenlandse productiefaciliteiten opzetten. Hiermee zijn ze in staat om de directe concurrentie aan te gaan met de lokale producenten.

De voorlaatste fase is de fase van de maturiteit. Hierin wordt het product gestandaardiseerd en wordt de beperking van de productiekosten de belangrijkste benadering. De productie zal plaatshebben in het land dat de meeste schaal - en kostenvoordelen biedt. Na verloop van tijd zal de investeerder zijn productie verschuiven naar het buitenland aangezien in het thuisland geen kostenvoordelen meer kunnen behaald worden. De lage lonen in de ontwikkelingslanden zijn een aantrekkingspunt voor de investeerder.

Tot slot is er de vervalfase, waar het innoverende thuisland nu de netto importeur wordt van de producten. Er zullen niet langer grote hoeveelheden geproduceerd worden. Aangezien het verval van een product meestal te verklaren is doordat de markt betere producten of technologieën aanbiedt, dient er te worden nagedacht of het product niet beter uit de handel moet genomen worden.

Tabel VI : Samenvattende tabel van de productielevenscyclus van Vernon

Fases	Actie
Introductiefase	Aanbod van niet gestandaardiseerd product, product ondergaat veelvuldige wijzigingen, flexibiliteit is vereist. Productie gebeurt in de thuismarkt
Groeifase	Standaardisering van het product, hoge vraag, meer export tot moment ingevoerde technologie wordt geïmiteerd door locale ondernemingen, dan opzetten van locale productiefaciliteiten om concurrentie aan te gaan
Maturiteitsfase	Verdere standaardisatie van het product, met beperking van de productiekosten. Verschuiving van productie eenheden waar meeste schaalvoordelen kunnen behaald worden, lage kosten van arbeid spelen rol
Vervalfase	Thuisland wordt importeur, moet product verdwijnen?

Bron: Vernon, 1966

De productielevenscyclus had zeer grote voorspellingskracht in de eerste dertig jaar na de tweede Wereldoorlog. Er zijn echter bepaalde condities die nu niet meer van toepassing zijn, waardoor Vernon erkende dat zijn theorie aan voorspellingskracht heeft moeten inboeten. Vernon blijft wel overtuigd van de kracht van zijn model voor ondernemingen die net starten met hun internationale expansie en voor ondernemingen wiens producten een hoge graad van experimentatie vereisen (Vernon, 1979). We zien bijvoorbeeld dat de productlevenscyclus geen antwoord biedt voor moderne verschijnselen zoals, R&D in ontwikkelingslanden, de steeds snellere introductie van nieuwe producten door multinationale ondernemingen, de luxeproducten met een zeer kleine prijselasticiteit, ... (Beamisch, 2000).

3.5.2 Het Evolutionair Model

Een tweede veel gebruikt model binnen de internationaliseringsfase is het evolutionair model. Dit model gaat er vanuit dat ondernemingen in de beginfase gaan exporteren wegens een gebrek aan kennis over het land waarheen geëxporteerd wordt. Verder hebben de ondernemingen een afkeer inzake het nemen van risico's, daarom zullen ze in de eerste plaats exporteren naar buurlanden of landen met een vergelijkbare zakelijke omgeving. Dit fenomeen wordt in de literatuur beschreven als de "psychic distance" (Johanson & Vahlne, 1977).

In het evolutionair model hangt het succes van directe buitenlandse investeringen af van het succes van een aantal tussen- of onderliggende factoren zoals, de exportactiviteit, een buitenlands agent en een buitenlands verkoopsfiliaal. Buckley ziet export als een innovatieve strategie en als een eerste stap van internationalisering. Exportactiviteiten zijn ook een teken van het versterken van een internationaal engagement vanwege de onderneming (Buckley, 1989).

HOOFDSTUK 2: INTERNATIONALE HANDEL, HET EXPORTLUIK

1. Export als onderdeel van investeren in een land

1.1 Definitie van export

De volgende paragrafen zullen een overzicht geven van de verschillende definities van export die de auteur in zijn onderzoek is tegengekomen.

Goederen verzenden naar een ander land of goederen opslaan in een douane-entrepot. Bij uitvoer zijn de leveringen van goederen belast met 0% BTW (Belastingdienst, 2007).

Door de specialisatie zal een land goederen produceren waarin het een relatief kostenvoordeel in heeft. Deze goederen zal het land dan uitvoeren naar landen die voor de betrokken goederen een relatief kostennadeel hebben (Houthoofd, 1996).

Men kan opmerken dat er een internationale arbeidsverdeling ontstaat, waarin elk land produceert waarvoor dat land het meest geschikt is. Zoals reeds in hoofdstuk 1 is aangehaald, kan men besluiten dat het bestaan van relatieve kostenvoordelen en relatieve kostennadelen essentieel zijn om van internationale handel te kunnen spreken en dat de productiefactoren zullen aangewend worden voor die producties waarin het land het meest efficiënt is. Op deze manier ontstaat er door internationale handel een optimale aanwending van de productiefactoren.

1.2 Voordelen van internationale handel

Zoals reeds in de onderzoeksvraag beschreven werd, zal in deze masterproef enkel export als deel van internationale handel besproken worden. De voordelen die internationale handel met zich meebrengen, gaan nauw samen met de oorzaken van internationale handel. Rechtstreeks of onrechtstreeks zorgt export voor veel tewerkstelling in een land. De rechtstreekse tewerkstelling kan gevonden worden in sectoren die nauw samenhangen met internationale handel, zoals daar zijn de transport en de logistieke sector. Door te exporteren zullen ondernemingen in staat zijn hun producten aan te bieden op buitenlandse markten, hun afzet zal dan logischerwijs groter zijn, waardoor er op grotere schaal zal moeten geproduceerd worden. Deze grotere productiecapaciteit vereist naast extra activa ook extra tewerkstelling.

Als men de voordelen van internationale handel macro economisch gaat bekijken, kan men komen tot de volgende redenering. In de vorige paragraaf werd reeds aangehaald dat internationale handel leidt tot meer tewerkstelling. De hogere tewerkstellingsgraad heeft op zijn beurt dan weer een hoger nationaal inkomen tot gevolg, zodat er de consumptiemogelijkheden groter zijn. De hogere consumptie is niet enkel te wijten aan het hogere nationale inkomen. De internationale handel zorgt voor meer concurrentie tussen de producenten van een zelfde product, waardoor ook de productprijzen lager zullen liggen. Verder zal de consument door de internationale handel een grotere productvariëteit aangeboden krijgen (Houthoofd, 1996). De Velder, et al. (1995) haalt ook een verbeterde kwaliteit aan als voordeel van internationale handel. Door de grotere efficiëntie moeten men in staat zijn om te produceren met een verbeterde kwaliteit.

1.3 Grenzen aan internationale vrijhandel

Tegenover de voordelen die internationale handel biedt (de verhoging van de wereldwelvaart), zien we dat er in de praktijk een aantal maatregelen genomen worden, waardoor de nationale industrie afgeschermd wordt voor de buitenlandse rivalen. Deze handelspolitieke maatregelen worden door de nationale overheden genomen en zijn een belemmering van de internationale handel. Het geheel van de maatregelen wordt in één woord ‘protectionisme’ genoemd. De volgende paragrafen zullen een overzicht geven van enkele argumenten die een protectionistisch beleid verdedigen.

Eerst dient nog gezegd te worden dat de belemmeringen van de internationale handel zowel niet-economische als economische overwegingen kunnen hebben. Als niet economische overweging kan er gedacht worden aan internationale boycotacties, waarbij regimes via het terugschroeven van internationale handelsbetrekkingen onder druk worden gezet om bijvoorbeeld hun militaire acties te stoppen tegenover een ander land. De meeste argumenten voor protectionisme zijn echter wel te wijten aan economische overwegingen (De Clerq, 2000).

Een eerste argument dat kan aangehaald worden ter verdediging van een protectionistisch beleid is het opvoedingsargument. Nieuwe bedrijven of bestaande bedrijven die starten met de ontwikkeling van nieuwe producten, waarvoor het land uitermate geschikt is, kunnen in de eerste paar jaren van het productieproces te kampen krijgen met sterke concurrentie uit het

buitenland. De productiekosten zijn in het begin erg hoog vanwege het gebrek aan ervaring. Men kan geen gebruik maken van het ervarings-effect, alsook niet van gunstige schaalvergrotingseffecten. Door tijdelijk de markt af te schermen van buitenlandse concurrenten, kan een prijsniveau bereikt worden dat concurrerbaar is met dat van de buitenlandse ondernemingen. Het opvoedingsargument is vaak van toepassing in ontwikkelingslanden met een monocultuur, aangezien de economie daar afhangt van slechts één product. Via het opvoedingsargument trachten ze te komen tot een grotere diversificatie van hun economieën (De Velder, et al., 1995).

De steeds toenemende evolutie van de verschuiving van arbeidsintensieve productieprocessen naar lage loon landen, geeft aanleiding tot het tweede argument tot protectionistische maatregelen, het lage-lonenlanden-argument. Voor de Westerse landen betekent dit een verlaging van de tewerkstellingsgraad aangezien het aantal arbeidsplaatsen die verloren gaan in de arbeidsintensieve sectoren niet worden opgevangen door de creatie van nieuwe arbeidsplaatsen in kapitaalintensievere sectoren. Een land dat zijn invoer uit de lage loon landen beperkt kan dit probleem oplossen. Het pijnpunt echter, bestaat erin dat als alle landen zich zouden baseren op dit argument de wereld in een vicieuze cirkel belandt en de wereldeconomie in een situatie van autarkie kan terechtkomen. Een bijkomend tegenargument op het lage-lonenlanden-argument is het feit dat de toenemende uitvoer van lage loon landen, hen de mogelijkheid biedt om meer kapitaalintensieve goederen (bijvoorbeeld machines) in te voeren uit de Westerse industrielanden. Een derde en laatste argument kan gevonden worden in het tijdelijk effect van het lage loon voordeel. Van zodra nieuwe industrielanden fors beginnen te groeien, volgen de lonen veelal in versneld tempo (De Velder, et al., 1995).

Als er sprake is van een slecht functionerende arbeidsmarkt, met conjuncturele werkloosheid tot gevolg, is het mogelijk dat er met een protectionistische maatregel getracht wordt de tewerkstelling te bevorderen. De economische activiteit zal namelijk toenemen doordat ofwel de invoer zal worden afgeremd, ofwel de export aangezwengeld zal worden. Deze maatregel wordt ook wel het werkgelegenheidsargument genoemd. Dit is echter een bijzonder slecht argument, aangezien werkloosheid meestal een internationaal verschijnsel is. Landen die ook hun invoer zien beperkt worden, kunnen op hun beurt ook dit argument inroepen en minder gaan invoeren om zo de binnenlandse tewerkstelling te bevorderen. Op deze manier lokt de ene handelsbelemmering de andere uit, met een handelsoorlog als mogelijk gevolg. Het

resultaat van deze actie zal op lange termijn leiden tot een inkrimping van de wereldhandel en een daling van de reële welvaart (De Clerq, 2000).

1.4 Effecten van het protectionisme

Protectionistische maatregelen ingevoerd door een bepaald land kunnen tot een aantal effecten leiden. Zo zal het protectionistische land aan welvaart inboeten, zoals in het vorige puntje reeds aangetoond is. Verder zal er in dat land een herverdeling komen van het nationaal inkomen. Indien de protectionistische maatregel, bij andere landen soortelijke reacties heeft uitgelokt, zal dit leiden tot een globaal verlies aan welvaart (De Clerq, 2000).

2. Federale initiatieven tot aantrekken van buitenlandse investeringen

Het promoten van de buitenlandse handel is dan ook van cruciaal belang. Om investeringen aan te trekken worden er door de federale Minister van Buitenlandse Handel, anno 2007 is dit de heer Marc Verwilghen, verschillende initiatieven genomen.

2.1 Handelsmissies

Sectorale missies worden georganiseerd om duidelijke signalen te geven wat betreft de Belgische groeisectoren.

“Een handelsmissie is een sectoriele of multi-sectoriele zending georganiseerd door één van de gewestregeringen, door de federale regering, of door de samenwerking van de verschillende regeringen met als doel om ondernemingen de kans te geven buitenlandse markten te ontdekken op vlak van consumentenvoorkeur maar evenzeer op vlak van wetgeving, plaatselijke contacten op te bouwen of verder uit te diepen, hun producten in het buitenland te promoten en samenwerkingscontracten af te sluiten met plaatselijke partners.”

2.1.1 Een proces van een handelsmissie uitgeschreven

Over deze materie is weinig tot geen informatie te vinden, daarom werd beroep gedaan op de hulp van Sabine Soetens, Areamanager bij Flanders Investment and Trade (FIT) om deze summier gids te kunnen opstellen. De bedoeling hiervan is om de bedrijven die in de toekomst wensen deel te nemen aan een handelsmissie een kort overzicht te geven van wat ze

van een handelsmissie mogen verwachten. Deze gids bevat naast de motieven die bedrijven kunnen hebben om deel te nemen aan een handelsmissie, ook het voorbereidende werk waar een onderneming rekening mee dient te houden. Ook zal in deze summiere gids de planning ter plaatse besproken worden en de rol van de exportbevorderende organisatie tijdens een handelsmissie en in het gastland in het algemeen (in dit geval is dit FIT). Tot slot wordt het meest cruciale van de handelsmissie besproken, zijnde de opvolging en de kosten die de handelsmissie met zich meebrengt.

Op dit zelfde moment zijn de mensen van FIT een zelfde soort gids aan het schrijven, weliswaar uitgebreider, die de bedrijven moeten bijstaan in hun toekomstige missies. De gids waaraan de FIT momenteel aan het werken is, is nog niet gepubliceerd. Vandaar dat deze nog niet kon ingekeken worden. Dit toont wel aan dat het onderwerp van deze masterproef erg actueel en relatief nieuw is.

De reden waarom in deze gids FIT optreedt is tweeledig. Enerzijds heeft mevrouw Soetens mij de nodige informatie bezorgd waardoor ik dit proces kon uitschrijven, anderzijds voel ik mij door mijn afkomst het meest verbonden met Vlaanderen, en dus met FIT.

Beslissingen tot deelname aan een missie

De beslissing tot deelname aan een handelsmissie wordt enerzijds genomen op basis van het aanbod van Flanders Investment and Trade en anderzijds op basis van een aantal parameters. FIT bepaalt immers in haar jaarlijks actieprogramma naar waar er dat jaar missies georganiseerd worden. Deze missies worden steeds aangekondigd aan de hand van een elektronische nieuwsbrief en op de website van FIT staat dit tevens vermeld. De parameters waardoor men zich laat leiden zijn onder andere de grootte van het land, de graad van ontwikkeling, het consumptiegedrag, de koopkracht, de (transport)infrastructuur, maar misschien als belangrijkste de afzetmogelijkheid voor hun producten.

Na een grondige evaluatie wordt de beslissing genomen om deel te nemen aan een bepaalde missie, wordt het inschrijvingsformulier ingevuld teruggestuurd en wordt het inschrijvingsgeld betaald voor het verstrijken van de deadline.

Het voorbereidende werk

Het uiteindelijke doel van een onderneming is de handelsmissie tot een goed einde brengen. Concreet komt dit neer op het afsluiten van contracten en het realiseren van een verkoop. Een goede voorbereiding is dan ook noodzakelijk om tot een goed resultaat te komen.

Vorbereitung voor de onderneming

In de eerste plaats moet de onderneming allerlei praktische voorbereidingen treffen. Er moeten vliegtuigen en hotels worden geboekt, paspoorten moeten in orde gemaakt worden. Het deelnemende bedrijf heeft de keuze om ofwel via zijn eigen reisbureau de reis te boeken, of het de reis boekt bij dezelfde reisoperator als FIT. De verplaatsings- en verblijfskosten zijn immers niet inbegrepen in het inschrijvingsgeld.

Daarnaast vraagt FIT van elke deelnemende onderneming een nauwkeurige inlichtingsfiche met daarop alle relevante gegevens over het bedrijf, de concrete en nauwkeurig omschreven wensen en verwachtingen van de missie. Naar welk soort partner er wordt gezocht? Hoe moet de distributie in elkaar zitten? Ook moet de onderneming zorgen voor het ter plaatse aanwezig zijn van documentatie over het bedrijf, hun producten, alsmede ook over stalen die nodig zijn voor de presentatie van hun bedrijf en de producten.

Vorbereitung door Flanders Investment and Trade

De onderneming die op handelsmissie wenst te gaan moet informatiepakketten overmaken aan FIT en de plaatselijke Vlaamse Economische Vertegenwoordiger. Zo'n pakket bevat naast een begeleidende brief met allerlei nuttige informatie over het bedrijf, de producten, enz., ook jaarverslagen en allerhande documentatie. Deze pakketten worden dan doorgestuurd naar de potentiële klanten en contacten in het land dat bezocht zal worden. FIT vraagt aan het bedrijf eveneens een korte omschrijving van de activiteiten van het bedrijf en het productengamma. Voor elke handelsmissie wordt immers een boekje gepubliceerd waarin al de deelnemende ondernemingen worden voorgesteld. Deze brochure, waarin de foto van de deelnemende persoon in vermeld wordt met het logo van het bedrijf, is uiteraard nuttig voor de plaatselijke geïnteresseerde bedrijven maar ook voor de networking mogelijkheden binnen de groep.

Opmaak van de planning

Het hele programma wordt vastgelegd door de Vlaams Economische Vertegenwoordig die ter plaatse aanwezig is. Op basis van die planning kan het bedrijf eventueel nog een individuele planning opstellen voor haar vertegenwoordiger. Deze planning bevat alle nodige details, telefoonnummers, adressen, enz. De planning wordt nooit voor de handelsmissie vrijgegeven aan de bedrijven aangezien deze anders zelf afspraken gaan regelen. De planning zal de leidraad vormen voor de vertegenwoordiger van de onderneming.

Contacten

De verschillende Vlaamse Economische Vertegenwoordigers beschikken over een ruime database met allerhande bedrijven van over de hele wereld. Aangezien de Vlaamse Economische Vertegenwoordigers zich ter plaatse bevinden, hebben zij een betere kennis van de thuismarkt. Op basis van de inlichtingsfiches die werden overgemaakt door de deelnemende bedrijven en afhankelijk van de bestemming, selecteert FIT de beste en interessantste bedrijven. FIT regelt vervolgens de afspraken met die bedrijven en op basis van het opgemaakte afsprakenschema, kunnen de deelnemende bedrijven tijdens de handelsmissie de gewenste contacten leggen. FIT heeft dus niets te maken met het commerciële aspect. Het leggen van de contacten en de verkoop van de producten moet door de onderneming zelf gebeuren. FIT kan evenwel door zijn uitgebreid adressenbestand en jarenlange ervaring een zeer goede ondersteuning bieden.

Opvolging

Eenmaal de zakenreis gedaan is en de Sales of Export Manager terug op kantoor is, start de noodzakelijk opvolging. Er wordt uitgebreid verslag uitgebracht aan de medewerkers en de baas. Wie waren de geïnteresseerde bedrijven? Hoe waren de contacten? Welke zijn de verdere stappen, strategieën en opties? Met welk van deze geïnteresseerde bedrijven zal verder worden gegaan? Eens die keuze is gemaakt, kunnen de besproken prijzen worden bevestigd. Tenslotte wordt na enkele weken nog eens telefonisch of via e-mail contact opgenomen, ter bevestiging. De beste resultaten worden echter geboekt indien men regelmatig het land zelf bezoekt. Fysieke aanwezigheid in het land waar men investeert speelt een grote rol.

De kosten

In dit puntje wordt getracht een overzicht te geven van de kosten die een handelsmissie voor een onderneming met zich meebrengt. De kosten zijn variabel aangezien deze afhangen van het land van bestemming. Ten eerste zijn er de inschrijvingskosten. Hieronder vallen onder andere de kosten voor de organisatie van de missie, de begeleiding ter plaatse en de werkingskosten voor de werknemers van FIT. Tijdens prinselijke missies wordt er ook een secretariaat voorzien waar een kopieerapparaat, fax en dergelijke aanwezig zijn.

Dit betekent met andere woorden dat de verplaatsings- en verblijfskosten volledig voor de rekening zijn van het bedrijf.

Zonder echt cijfers in deze analyse te verwerken mag men toch besluiten dat een deelname aan een handelsmissie een aanzienlijke kost meebrengt voor de onderneming. Men mag echter dit niet zien als kost, maar wel als een investering. Zonder ter plaatse te gaan is het immers moeilijk nieuwe afzetgebieden te creëren. Men kan dus besluiten dat dergelijke kost een verantwoorde kost is.

Eindresultaat

Dit laatste puntje kan heel kort besproken worden. Het eindresultaat van een handelsmissie hangt volledig af van de bereidwilligheid van de plaatselijke partners en van de tijd en moeite dat het bedrijf in de handelsmissie gestoken heeft. Korte termijn opvolging van de handelscontacten en dan liefst via fysieke aanwezigheid is zeker ook een succesfactor voor een goed resultaat (Soetens, 2007).

2.2 Networking Cocktails

Networking cocktails zijn ontmoetingsplaatsen voor Belgische ondernemingen van een bepaalde sector en ambassadeurs van een bepaalde regio. Networking cocktails zijn zoals handelsmissies naar het buitenland een techniek om het Belgische bedrijfsleven in het buitenland bekend te maken en om contacten te leggen. Het is een zeer belangrijk instrument om de aantrekkingskracht van België te verhogen. Door de aanwezigheid van de Europese Unie en de NAVO is Brussel, naast Parijs, Londen en New York de belangrijkste diplomatieke post ter wereld. Brussel is dan ook de stad met het meest aantal ambassades ter

wereld. De kennis die de ambassadeurs met zich meedragen op vlak van economische ontwikkeling, commerciële markten, investeringsplannen en geplande financiële strategieën is enorm groot. De ambassadeurs halen hun kennis bij de regionale handelsattachés die ter plaatse aan marktanalyses doen en steeds op zoek zijn naar relevante economische informatie. De handelsattachés hebben de kennis over hun regio, het komt er dus op neer om deze vergaarde kennis over te brengen naar de bedrijfsleiders die op zoek zijn naar informatie betreffende dat land of die regio. Op de networking cocktails worden de vraag en het aanbod naar informatie samengebracht. Jaarlijks vinden er een viertal cocktails plaats met telkens een andere economische sector die sterk ontwikkeld is in België (biersector, multimediasector, ruimtevaartsector).

2.3 Uitgifte van informatiebrochures

De Federale overheid geeft twee informatiebrochures, “Investing in Belgium” en “Roadmap for Foreign Investors”, uit die de buitenlandse bedrijven laten kennis maken met België als interessant investeringsland. De brochures bevatten informatie over demografische en infrastructurele kenmerken, maar ook over de motivatie van de Belgische werkkrachten, de centrale ligging van België in Europa, de talrijke middelen om goedkoop werkkrachten aan te trekken en deze door de opleidingscheques tegen een lage prijs opleidingen te garanderen. Op ondernemingsgebied geven de brochures informatie over de fiscale voordelen tot het investeren in België. Een voorbeeld van zo’n fiscaal voordeel is de notionele intrestaftrek, dit wordt verder uitgelegd in het volgende puntje. Beide brochures zijn vrij beschikbaar op de website van de Federale Overheidsdienst Buitenlandse Zaken of opvraagbaar bij het kabinet van de minister van buitenlandse zaken (Federale Overheidsdienst Buitenlandse Zaken, Investing in Belgium; Federale Overheidsdienst Buitenlandse Zaken, Roadmap).

2.4 Notionele intrestaftrek

Door de wet van 22 juni 2005 tot “invoering van een belastingsaftrek voor risicokapitaal” wil de overheid de discriminatie tussen schuld en kapitaal reduceren. Intresten zijn fiscaal aftrekbaar, terwijl dividend uitkeringen dit niet zijn. Reeds vanaf het aanslagjaar 2007 (Voor de vennootschappen die per kalenderjaar hun boekhouden voorleggen is dat normaal gezien vanaf 1 januari 2006) werd een fiscale aftrek ingevoerd die overeenstemt met een bepaald percentage van het eigen vermogen. Dit percentage wordt bepaald op basis van de gemiddelde

intrestvoet op OLO's (Obligation Linéaire/ Lineaire Obligatie) in een bepaald referentiejaar. OLO's zijn staatsobligaties met een looptijd van tien jaar. Het percentage wordt toegepast op het boekhoudkundig eigen vermogen, evenwel na de correcties. Fiscaal gezien wordt dus een fictieve intrestaf trek gedaan op het eigen vermogen. Vandaar de naam notionele (veronderstelde, fictieve) intrest. Doordat dit bedrag wordt afgetrokken van de winst van de onderneming, zal dit een belastingsverlagend voordeel voor de onderneming met zich meebrengen. Zelfs indien er een tijdelijk gebrek is aan belastbare winsten is er een overdracht van aftrek mogelijk naar de volgende zeven belastbare tijdperken. Naarmate het eigenvermogen hoger is, zal ook de notionele aftrek hoger zijn. Met deze maatregel tracht de overheid vooral buitenlandse ondernemingen aan te zetten om vennootschappen op te richten en zo te investeren in België. Vooral de mogelijkheid tot belastingsvermindering moet een aantrekkingspunt zijn voor de buitenlandse ondernemingen. (Ernst & Young, 2007)

3. Export initiatieven door de Vlaamse overheid

Kaderend in de onderzoeksvraag spelen de export initiatieven door de Vlaamse overheid een minder belangrijke rol, aangezien het onderzoek zich vooral toespitst op het Federale aspect. Als Vlaming zijnde wordt mijn interesse echter wel gewekt voor de initiatieven die de Vlaamse overheid neemt. Vandaar dat in deze masterproef een klein deel zal handelen over de export initiatieven die genomen worden door de Vlaamse overheid.

Het is van cruciaal belang voor de Vlaamse bedrijven om niet langer lokaal te acteren. Om hun bestaan en expansie te vrijwaren dienen ze buiten de regionale grenzen te kijken. Voor expansie op nieuwe markten gaat traditionele export steeds vaker gepaard met een vorm van investeren. Het start vaak als pure export- en importrelaties, maar kan evolueren naar licentieovereenkomsten, naar doorvoer, naar investeringen via joint-ventures, outsourcing, uitwisseling van technologie. De meeste investeringen in Vlaanderen hebben niet enkel de thuismarkt Vlaanderen als doelregio. Meestal is onze thuismarkt te klein en wil men vanuit Vlaanderen gaan exporteren. Vlaamse bedrijven investeren zelf ook meer en meer in het buitenland, wat de doorgroei van de Vlaamse bedrijven kan bevorderen. Dat kan op zijn beurt weer een stimulans betekenen voor de export, wat automatisch meer investeringen in Vlaanderen met zich meebrengt.

3.1 Financiële stimuli

Voor de Vlaamse ondernemingen is het belangrijk dat ze beschikken over een aangepast instrumentarium dat hen aanzet tot internationaal ondernemen. De reeds bestaande steunmiddelen zullen worden aangepast zodat ze volledig op de noden van de bedrijven worden afgestemd. Deze afstemming dient te gebeuren rekening houdend met de als maar meer en meer complexe vorm van internationaal ondernemen. Een voorbeeld van zulk steunmiddel is het verlagen van de financiële drempel voor langdurige prospectie in het buitenland. Dit kan verwezenlijkt worden door werkposities of bedrijventra voor enkele dagen of weken ter beschikking te stellen van Vlaamse bedrijven. De Vlaamse overheid onderzoekt momenteel of er in de toekomst plaats is voor de oprichting van een Vlaams investeringsfonds voor buitenlandse investeringsprojecten.

3.2 Netwerking met strategische partners

De Vlaamse overheid tracht naast financiële ondersteuning ook een open samenwerkingsverband en – netwerk uit te bouwen met andere regio's die eveneens via informatie – en ervaringsuitwisseling en via het stimuleren van directe contacten tussen economische actoren de economische performantie van hun regio willen verbeteren. Vlaanderen zal daarom onder andere aansluiting zoeken bij de '4 motoren van Europa': Lyon-Rhône-Alpes, Catalonië, Baden-Wurtemberg, Lombardije.

De aanwezigheid van Vlaamse bedrijfsmensen in het buitenland kunnen de ideale springplank vormen om contacten te leggen met lokale ondernemingen. Flanders Investment and Trade (FIT) zal daarom een doorlichting maken van de bedrijfsmensen, om na te gaan welke ondernemers ingeschakeld kunnen worden in de ondersteunende activiteiten van FIT.

4. Federale instellingen opgericht ter bevordering van de Belgische internationale handel

De instellingen waarvan hieronder de taken en bevoegdheden zullen worden uitgelegd zijn slechts een deel van de instellingen die zich bezig houden met exportbevordering. Voor een vollediger lijst wordt er verwezen naar Cuyvers (1998). De in deze masterproef beschreven instellingen zijn de meest relevante met betrekking tot het onderzochte onderwerp.

Er is een sterke verbondenheid tussen bedrijfsgebonden exportbevordering (zakenreizen op privé initiatief) en exportbevordering door een land. In beide gevallen is er sprake van een rechtstreekse positieve beïnvloeding van respectievelijk de omzet en de welvaart. Indien een onderneming haar export gaat bevorderen zullen er ceteris paribus meer financiële stromen naar het land vloeien, waardoor de welvaart van het land zal stijgen. Anderzijds kan het land een export beleid voeren waardoor bepaalde sectoren meer buitenlandse interesse krijgen en dus de kans krijgen om hun omzet te vergroten. Hoe de export kan bevorderd worden en welke instanties zich hiermee bezig houden zullen verder in deze masterproef aan bod komen.

4.1 Het agentschap voor de buitenlandse handel (ABH)

Verscheidene organisaties, zowel op federaal als regionaal niveau kregen het afgelopen decennium een andere naam. Sinds maart 2003 is het Agentschap voor Buitenlandse Handel operationeel. Voorheen heette dit agentschap de Belgische dienst voor Buitenlandse handel, of kortweg BDBH. Het grote verschilpunt van de nieuwe organisatie met de oude is dat het ABH niet meer ressorteert onder de federale minister van buitenlandse handel. Het ABH heeft heel wat taken van de voormalige BDBH overgenomen. (Buitenlandse Zaken, 2007a; Cuyvers, 2005)

De belangrijkste taak van het agentschap is het fungeren als federaal kennis – en informatiecentrum voor regionale instanties. Het Agentschap voor Buitenlandse Handel is verder bevoegd voor, het beslissen en het overgaan tot de organisatie van gezamenlijke handelsmissies met de gewesten of op vraag van de federale overheid, het organiseren, ontwikkelen en verspreiden van informatie, studies en documentatie over de buitenlandse markten en dit ten behoeve van de gewestelijke diensten belast met de buitenlandse handel, de taken van gezamenlijk belang waartoe de Raad van Bestuur unaniem heeft beslist. (Diplomatie, 2007)

Het overlegcomité van het ABH besliste in 2002 dat zendingen onder leiding van de Prins goedgekeurd moeten worden bij consensus. Bij gewone missies, volstaat een meerderheid. (Cuyvers, 2005).

4.2 De Belgische Maatschappij voor Internationale Investerings (BMI)

De Belgische Maatschappij voor Internationale Investerings, verder BMI genoemd, werd opgericht in 1971. De Franstalige naam van deze maatschappij luidt: “Société Belge d’Investissement International (SBI)”. Deze instelling heeft sindsdien de taak Belgische ondernemingen te ondersteunen bij hun investeringen en lange termijnfinancieringen in het buitenland. Concreter gesteld verstrekt de BMI financieringen op middellange en korte termijn om bij te dragen tot de buitenlandse expansie van de Belgische ondernemingen. De BMI kan tussenkomen in elk industrie- en ontwikkelingsland. Zij doet dit door participaties te nemen in het risicodragend kapitaal door het verstrekken van leningen op middellange en lange termijn, die al dan niet achtergesteld en/of participatief en/of converteerbaar zijn. De minderheidsdeelneming ligt in principe tussen de 500.000 euro en de 2.500.000 euro. (BMI, 2007).

De belangrijkste partners van de BMI zijn enerzijds overheidsinstellingen, zoals de Federale Investeringsmaatschappij en de Nationale Bank van België en anderzijds private bedrijven zoals Fortis Bank, ING, Suez-Tractabel, en andere. Het kapitaal van BMI bedraagt 33 miljoen euro, waarvan 63% door de overheid wordt gefinancierd en de overige 37% door de eerder vernoemde privé-instellingen. Soms gebeurt het dat de financiële middelen van de BMI worden aangevuld met externe gelden van Belgische federale en regionale instanties. De huidige portfolio bestaat uit 37 investeringen verspreid over 23 landen. De inkomsten van de BMI komen voornamelijk voort uit dividenden, kapitaalwinsten, interesten en inkomsten uit deelnemingen.

Dit geld wordt dan aangewend om Belgische bedrijven te helpen om in het buitenland bijvoorbeeld een filiaal op te richten. De BMI kan dit tewerkstellen door een minderheidsparticipatie in het kapitaal van de nieuw op te richten onderneming op te nemen. Een andere strategie bestaat erin aan het nieuwe bedrijf een lening van middellange of lange termijn toe te staan die achtergesteld of converteerbaar in aandelen is. (BMI, 2007)

Het uitzonderlijke aan deze instelling is dat ze naast het optreden als gewoon investeringsbedrijf door het verlenen van startkapitaal, groeifinanciering,...ook financiering biedt die speciaal gericht is op internationale expansie van Belgische bedrijven. Daarenboven is de BMI ook in staat ondernemingen advies te geven door haar jarenlange ervaring in de financiering van buitenlandse investeringsprojecten (BMI, 2007).

4.3 De Nationale Delcredere Dienst

De Nationale Delcredere Dienst (NDD) is een autonoom federaal orgaan dat zoals de andere reeds genoemde instanties een exportbevorderende taak heeft. De NV Delcredere heeft als opdracht haar cliënten te beschermen tegen risico's verbonden aan binnenlandse en buitenlandse handelstransacties en de financiering van deze transacties te vergemakkelijken. De NV Delcredere verzekert en herverzekert de politieke en commerciële risico's van courante handelstransacties.

In tegenstelling tot andere exportbevorderende instanties heeft de NDD nooit een naamswijziging ondergaan. De Delcredere dienst werd onafhankelijk van het Ministerie van Buitenlandse zaken in 1935 opgericht en opereerde sinds 1939 als de autonome instelling zoals we die vandaag nog kennen. De belangrijkste taken van de NDD zijn de bevordering van internationale economische relaties door het dekken van commerciële en politieke risico's die gepaard gaan met de export van goederen en diensten, import, directe investeringen in het buitenland en kredietrisico's (Nationale Delcredere dienst, 2007)

Ook is NDD gemachtigd om risico's te dekken gerelateerd aan vreemde munten, kan de dienst deelnemen in exportfinanciering en kunnen namens de overheid technische en financiële doelen bereikt worden. De overheid geeft de NDD de macht om tussen te komen bij gevallen waar de intensiteit en de duur van het risico de technische capaciteiten van de ondernemingen overtreft. (Nationale Delcredere dienst, 2007).

Bovendien werkt de NDD ook samen met de private sector. Dit komt vooral tot uiting door de vrijwillige medewerking in de herverzekeringmarkt, waar een deel van de politieke en commerciële risico's worden overgebracht naar andere landen. Op deze manier is de NDD in staat om aan risicospreiding te doen en leren ze bovendien de eigenschappen van buitenlandse markten kennen. (Nationale Delcredere dienst, 2007).

4.4 Finexpo

Het Comité Finexpo of voluit 'Het interministerieel Comité voor Financiële Steun aan de Uitvoer' werd opgericht bij Koninklijk Besluit van 30 mei 1997. De samenstelling en de werkwijze van het Comité werden bij Koninklijk Besluit van 15 juli 1997 vastgelegd. Een

wijziging in de samenstelling werd met het Koninklijk Besluit van 25 februari 2003 doorgevoerd.

Het Comité streeft ernaar de export van Belgische kapitaalgoederen en de daarmee gepaard gaande diensten te ondersteunen door de kredietkosten van de exportfinanciering te verlagen of te stabiliseren. Finexpo is ontstaan door de samensmelting van twee andere diensten, zijnde Copromex⁷ en het Interministerieel Comité⁸.

Finexpo is een raadgevend comité dat aan de Minister bevoegd voor de Buitenlandse Handel, een advies ter beslissing voorlegt met betrekking tot alle aanvragen voor staatstussenkomst met uitzondering van dossiers die betrekking hebben op projecten met een kredietbedrag hoger dan 25.000.000 EUR of leningen van Staat tot Staat. Het komt er dus op neer dat Finexpo als taak heeft om, via zijn adviezen, financiële steun te verlenen aan exporteurs die Belgische projecten willen opzetten in het buitenland.

Bij hun beoordeling en adviesvorming houden de leden van het Finexpo Comité rekening met diverse factoren. Zo wordt onder andere een oordeel geveld over het economische belang van het project voor België, de concrete uitvoering en de budgettaire weerslag ervan, het ontwikkelingsgehalte voor het begunstigde land evenals andere specifieke criteria die nauw samenhangen met het ingediende project.

De procedure voor het verkrijgen van financiële steun voor de kleine en middelgrote ondernemingen (KMO's) werd in de afgelopen jaren vereenvoudigd. Met dit initiatief wil Finexpo ook de kleinere ondernemingen de kans bieden om voet te zetten op buitenlandse markten. Participaties aan handelsmissies worden op deze manier dan ook weer interessant voor de kleinere ondernemingen, aangezien de opgedane kennis en gelegde contacten nu veel sneller kan leiden naar resultaten. (Finexpo, 2007a ; Diplomatie, 2007b)

⁷ Copromex: zorgde voor het beheer van dossiers inzake de stabilisatie van de intrestvoet of de toekenning van intrestbonificaties

⁸ Interministerieel Comité: stond in voor de toekenning van leningen van Staat tot Staat.

4.5 Exportbevorderende privé-instanties

Het Verbond van Belgische Ondernemingen (VBO, 2007) is de werkgeversorganisatie die op federaal niveau verantwoordelijk is voor de Belgische bedrijven in de drie gewesten. Ruim 30.000 ondernemingen (waarvan 25.000 KMO's) uit uiteenlopende sectoren zijn via de verschillende sectorfederaties (een 50-tal) vertegenwoordigd. Globaal gezien is het VBO verantwoordelijk voor 1,5 miljoen werknemers uit de privé sector en vertegenwoordigt het 150 organen op alle niveaus (Cuyvers 2005)

De missie van het VBO is drieledig. Eerst en vooral wenst deze organisatie zich in te zetten voor een optimaal ondernemingsklimaat. Daarnaast is het VBO ook bekommerd om de belangen van de ondernemingen, zowel op federaal, Europees als op internationaal niveau. Tenslotte is het ook belangrijk de samenhang te bevorderen tussen de verschillende acties van de ondernemers (VBO, 2007).

Het VBO tracht ontmoetingen en informatievergaderingen te organiseren met een federale, Europese of internationale reikwijdte. Op Europees vlak is er het "European Business Summit". Op deze ontmoetingen hebben de ondernemingen de kans om kennis te maken met CEO's van andere bedrijven, kunnen ze business opportuniteiten ontwikkelen, hun netwerken uitbreiden en publieke of privé investeringen aantrekken. (VBO, 2007; European Business Summit, 2007).

5. Van unitaire staat naar Federaal Koninkrijk een schets van de politieke en juridische context

De gemeenschappen en gewesten kenden de laatste 40 jaar een steeds sterker wordende drang naar een onafhankelijk bestuur, los van een federaal controleorgaan. In de volgende paragrafen wordt de juridische en politieke context geschetst van de Belgische staatshervormingen. De lezer krijgt enkel een overzicht van de veranderingen op vlak van buitenlandse handel. Voor een vollediger overzicht van de verschillende staatshervormingen tot de staatshervorming van 1993, kan verwezen worden naar Robert Senelle (1978) en Jos Bouveroux (1993).

“De unitaire staat is achterhaald. De gemeenschappen en gewesten moeten hun plaats innemen in de vernieuwde structuren die beter aangepast moeten zijn aan de eigen toestanden van het land.” Deze woorden sprak Gaston Eyskens uit op 18 februari 1970, in de Kamer van Volksvertegenwoordigers. Deze uitspraak luidde officieel het einde in van de unitaire (eenheidsstaat) en is de eerste stap naar een Federaal Koninkrijk. De door hem aangekondigde snelle hervorming van de grondwet heeft echter in weze nog 23 jaar geduurd.

De instellingen moeten zich aanpassen aan de verdere ontwikkelingen in de maatschappij. Hetzelfde geldt voor een Federale Staat, indien zij zich niet aanpast aan de evoluties op sociaal, politiek, cultureel en economisch vlak, brengt dit de juridische grondslagen van de Staat zelf aan het wankelen.

Het belangrijkste doel tot aanpassing van de grondwet was de als maar gespannenere problematiek tussen de Vlamingen en de Walen. Opdat de beide gemeenschappen broederlijk naast elkaar zouden kunnen blijven leven in de Belgische Staat, werd er gestreefd naar een regeling die moest voorkomen dat één bepaalde gemeenschap eenzijdig haar wil kan opdringen aan de andere gemeenschap (Bouveroux, 1993).

Een volledige beschrijving van de verschillende staatshervormingen zou ons te ver van het doel van dit werk leiden. Daarom zullen de volgende paragrafen vooral handelen over de politieke en juridische effecten die de vijf staatshervormingen (1970-1971, 1980, 1988-1989, 1992-1993 en 2001) met zich meebrachten. Men kan stellen dat bij elke staatshervorming de federale overheid telkens een deel van haar bevoegdheden overhevelde aan de gewesten en de gemeenschappen.

In 1970 werd onder het mom van de staatshervorming het ontstaan van de cultuurgemeenschappen doorgevoerd. Deze cultuurgemeenschappen kregen wetgevende bevoegdheden die zij konden uitoefenen onder de vorm van decreten. Om tegemoet te komen aan de vraag van Wallonië om sociaal-economische bevoegdheden te krijgen, werden in de Grondwet de gewesten opgenomen. De concrete invulling van de bevoegdheden van deze gewesten zal pas in een later stadium gebeuren.

Na de moeilijkheden rond het Egmontpact en de Stuyvenbergakkoorden worden de cultuurgemeenschappen in 1980 omgevormd tot Gemeenschappen. Vanaf dat jaar zijn de Gemeenschappen bevoegd voor alle persoonsgebonden aangelegenheden. Door de niet

aflatende druk van Wallonië in verband met eisen rond de gewesten, wordt er tijdens de tweede staatshervorming een bijzondere wet opgenomen die de inrichting en de bevoegdheden van de gewesten zal regelen. Wallonië eist de oprichting van drie gewesten met decreetgevende bevoegdheid. Na lange onderhandelingen wordt er een akkoord gevormd over de oprichting van slechts twee Gewesten, het Vlaamse en het Waalse. De bevoegdheden van de Gewesten zijn plaats gebonden en toepasbaar in de socio-economische sector. Door deze hervorming krijgen de Gemeenschappen en Gewesten hun eigen regering, de executieve, die los staat van de nationale regering. De unitaire staat krijgt zodoende zijn eerste federale trekken.

Naast de herziening inzake de bevoegdheden van het onderwijs werd er tijdens de derde staatshervorming ook een akkoord bereikt over de inrichting van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (BHG). De regeling omtrent de inrichting van het BHG lijkt sterk op deze van de nationale overheid. De Vlamingen in het BHG zullen op dezelfde manier beschermd worden als de Walen op nationaal niveau. Dit betekent pariteit in de regering, de alarmbelprocedure.

In 1993 wordt België door het Sint-Michielsakkoord ook formeel een federale staat. Met het samenstellen van de Senaat en door maatregelen om de regeringsstabiliteit te verhogen, onder andere door middel van de constructieve motie van wantrouwen, werden er wijzigingen doorgevoerd om tot deze federale structuur te komen.

Naast de werkelijke vorming van een federale staat, werden tijdens de vierde staatshervorming ook de bevoegdheden van de Gemeenschappen en de Gewesten verder uitgebreid. Sinds 1993 krijgen zij de bevoegdheid om verdragen te sluiten met betrekking tot hun bevoegdheden. De Gemeenschappen en de Gewesten beschikken hier over een erg grote vrijheid, die verder gaat dan de bevoegdheid van deelstaten in andere federale Staten. Zo kunnen de Gewesten na de staatshervorming een eigen exportbeleid voeren, maar bleef de Federale overheid bevoegd voor de coördinatie en samenwerking. De Federale overheid kon in overleg met de gewesten een eigen beleid van bevordering voeren. De toenmalige “Belgische Dienst voor Buitenlandse Handel (BDBH)” en de gewestelijke uitvoeragentschappen organiseerden exportmissies. Dit kan individueel, samen of naast elkaar gebeuren. De Federale overheid blijft wel bevoegd voor de verstrekking van waarborgen tegen export-, import-, investeringsrisico’s.

Lambermont-bis schrapt het parallelle bevoegdheidssysteem en wijst afzet-en uitvoerbeleid principieel toe aan de gewesten. Er zijn echter wel twee uitzonderingen. Ten eerste, de federale overheid blijft bevoegd voor de waarborgverstrekking tegen export-, import- en investeringsrisico's, maar de gewesten krijgen een gewaarborgde vertegenwoordiging in de Nationale Delcrederedienst en het Comité voor Financiële Steun aan de export. Ten tweede blijft de federale overheid ook voor het multilaterale handelsbeleid (WHO, OESO,...) bevoegd. Met dien verstande dat de afspraken van toepassing zijn over de vertegenwoordiging van België bij de internationale instellingen als het gaat om gemengde, federaal-regionale zaken. (Finexpo, 2007b).

6. Regionale instellingen opgericht ter bevordering van de internationale handel

6.1 Flanders Investment and Trade

Oprichting

In zijn Beleidsnota Buitenlandse Handel en Extern Economisch Beleid 2002 streeft Minister Gabriëls vooral naar het beter op elkaar afstemmen van het beleid inzake export, import, het aantrekken van buitenlandse investeringen en het bevorderen van Vlaamse investeringen in het buitenland. Concreet betekent dit dat de samenwerking tussen verschillende instanties die daarvoor verantwoordelijk zijn, geoptimaliseerd dient te worden.

Op basis van een studie van Ernst & Young vertaalde zich dit in de loop van 2002 in de beslissing om in 2003 Export Vlaanderen en de Dienst Investeren Vlaanderen (DIV) samen te voegen tot één sterke instelling. Ernst & Young stelde als voorbeeld de Britse Dienst voor Buitenlandse Handel (British Trade International) voor, die de export- en investeringsdiensten perfect combineert (Dobbeleare, 2002).

De nieuwe instelling die de naam Flanders Investment and Trade heeft gekregen integreert Export Vlaanderen en de Dienst Investeren in Vlaanderen in één performante en klantgerichte organisatie. De taken van beide instellingen zijn opgegaan in FIT. Dit wil zeggen dat FIT niet enkel handelsmissies organiseert maar ook in het buitenland contacten legt voor Vlaamse ondernemingen. Hiervoor beschikt FIT nu over een buitenlands netwerk van meer dan 70 kantoren. Die vertegenwoordigers staan in alle opzichten ten dienste van Vlaamse bedrijven

die nieuwe markten willen aanboren. De Vlaamse bedrijven kunnen zich nu tot één loket wenden, met name de FIT, met al hun vragen inzake internationaal ondernemen (Ceysens, 2004).

De fusie van DIV en Export Vlaanderen in FIT zal moeten toelaten een aantal synergieën te creëren. Vooral voor het aantrekken van buitenlandse investeringen naar Vlaanderen zal de uitbreiding van het buitenlands netwerk nuttig zijn. De fusie zal het ook mogelijk maken de kennis en informatie en de netwerkcontacten te delen. Ook het delen van de administratieve taken behoort tot de voordelen. Bepaalde initiatieven zullen tenslotte zowel door de exportpromotie als voor de investeringen nuttig zijn. De fusie laat met andere woorden toe de krachten te bundelen.

De taak van Flanders Investment and Trade

Aangezien FIT de taken van Export Vlaanderen en Dienst Investeren in Vlaanderen heeft overgenomen, kan de taak van FIT dan ook opgesplitst worden in twee opdrachten.

De ‘back office functie’ van FIT bestaat in het aantrekken van buitenlandse investeringen en zorgen voor een sterk buitenlands beleid, wat vroeger de taak was van de DIV. De ‘front office functie’ heeft betrekking op het internationaal ondernemen. Hieronder valt de promotie van het Vlaams Internationaal ondernemen en van de Vlaamse exportactiviteiten door exportbegeleiding van investeringsprojecten in het buitenland. Het is belangrijk dat FIT een sterke voeling zou krijgen met zijn klanten, daarom werd beslist om de ‘front office functie’ uit te besteden aan de organisaties uit het middenveld, die sterke voeling hebben met de noden van het bedrijfsleven. Op deze manier krijgt FIT vertakkingen overal in Vlaanderen en zal het contact met haar klanten optimaal verlopen. Samengevat zal FIT door middel van een efficiënt en uitgebreid binnenlands en buitenlands netwerk, Vlaamse bedrijven helpen bij exportactiviteiten, via begeleiding en het verstrekken van informatie.

Acties van FIT ter bevordering van de inspanningen inzake internationaal ondernemerschap van de Vlaamse bedrijven kunnen bestaan uit: beursdeelnames, uitwerking van specifieke programma’s voor zakenreizen, contactdagen, seminaries, business-to-business ontmoetingen, informatie- en catalogusstanden op beurzen, uitnodiging van buitenlandse kopers naar Vlaanderen (Flanders Investment & Trade, 2007).

In de strategische planning van de dienstverlening FIT zal meer en meer het accent gelegd worden op bepaalde significante (groei)sectoren per regio. Gezien het niet altijd eenvoudig is om als regio alleen te opereren, overal ter wereld vertegenwoordigd te zijn en herkend en erkend te worden, zal in de deze planning dan ook meer en meer partnerschap gewerkt worden met andere regio's, en in het bijzonder met Wallonië en Brussel. Bijvoorbeeld inzake het buitenlands netwerk kan de dienstverlening van de drie Belgische regio's elkaar aanvullen en versterken ten voordele van de eigen regio (Moerman, 2004).

In de volgende paragrafen zullen andere belangrijke taken van Flanders Investment and Trade besproken worden. De FIT zorgt voor de begeleiding van bedrijven bij hun exportactiviteiten. Dit advies is zowel nuttig voor bedrijven die nog hun eerste stappen moeten zetten op buitenlandse markten als voor meer ervaren bedrijven die bepaalde moeilijkheden ondervinden bij hun buitenlandse activiteiten. Hiervoor stelt FIT een aantal exportadviseurs, verspreid over elke Vlaamse provincie, ter beschikking van de bedrijven voor al hun vragen. Daarnaast kunnen deze regionale exportcentra veel nuttige informatie verstrekken. Deze informatie kan gaan voor de verschillende markt penetratiestrategieën, financieringstechnieken, enz. maar kan ook specifiek gaan over de buitenlandse markten (cultuur, economische en politieke situatie, enz.). FIT beschikt eveneens over uitgebreide adressenlijsten van potentiële buitenlandse handelspartners. Op basis van het profiel van de Vlaamse exporteurs worden hieruit de interessantste contacten geselecteerd (Moerman, 2004).

De eerste fase van de exportbegeleiding gebeurt dus in Vlaanderen zelf maar FIT biedt eveneens begeleidende acties aan op het terrein. Elk jaar stelt FIT een actieprogramma op met de voor dat jaar geplande buitenlandse handelsmissies of beurzen. De ondernemingen worden van deze acties op de hoogte gebracht en men kan zelf beslissen aan welke missies men wenst deel te nemen. Dit zijn meestal collectieve handelsmissies maar de mogelijkheid bestaat ook een individueel programma te laten opstellen voor een zakenreis naar het land van keuze (Moerman, 2005).

Financiële tegemoetkoming

Vlaamse exporterende ondernemingen kunnen eveneens aanspraak maken op een financiële ondersteuning van hun exportactiviteiten. Deze mogelijkheid wordt vooral aangeboden aan

KMO's aangezien de grote bedrijven meestal kunnen beschikken over voldoende eigen middelen. Indien een bedrijf in aanmerking komt voor financiële steun, zal FIT maximaal 50% van de gemaakte kosten subsidiëren. Deze financiële steun wordt toegekend aan KMO's voor hun deelname aan individuele of collectieve zakenreizen, aan buitenlandse beurzen, aan door FIT erkende opleidingsprogramma's enz. er zijn wel enkele voorwaarden verbonden aan deze steun. De goederen of diensten in kwestie moeten in Vlaanderen geproduceerd of gepresteerd worden. Ten tweede moet het exportactiviteiten betreffen buiten de Europese Economische Ruimte. Bovendien moet de uitvoer gaan naar 'nieuwe' landen, dit zijn landen waar de onderneming nog geen of weinig afzet realiseert. Tenslotte mag er geen sprake zijn van tegemoetkomingen van een andere instantie of overheid (Flanders Investment & Trade, 2007).

6.2 L'Agence Wallonne à L'Exportation

Oprichting en statuut

De Waalse Dienst voor export is de AWEX of l'Agence Wallonne à l'Exportation. De AWEX werd opgericht bij decreet van 1 april 2004. Het ontstaan van de organisatie kwam er door de fusie van "L'Agence wallonne à l'Exportation" en van "l'Office for Foreign Investors" (AWEX, 2007a).

Doelstellingen

AWEX voert een exportbeleid dat erop gericht is, enerzijds de export van Waalse bedrijven te vergroten en te verbeteren, en anderzijds het Waalse exportpercentage uit te breiden. Dit uit zich in enkele concrete doelstellingen die de AWEX nastreeft.

Ten eerste tracht AWEX de prestaties van de Waalse bedrijven in het buitenland te verbeteren door deze, en in het bijzonder de KMO's, te sensibiliseren voor de export. Ten tweede zal AWEX ondernemingen helpen zich te positioneren op buitenlandse markten waar ze onvoldoende aanwezig zijn. Ten derde zal AWEX trachten nieuwe buitenlandse investeerders te identificeren en te overtuigen om hun toekomstige investeringen in Wallonië te doen. Tenslotte streeft AWEX een jaarlijkse stijging van de Waalse uitvoer van minstens 10% na (AWEX, 2007b).

Taken en Instrumenten

De voornaamste activiteiten van AWEX ter ondersteuning van de Waalse uitvoer zijn ten eerste het informeren van de exporterende ondernemingen over de buitenlandse markten door het organiseren van seminars, het uitvoeren van enquêtes en marktstudies, het verkrijgen van specifieke informatie van handelsattachés, enz. Een tweede belangrijke taak van AWEX bestaat erin acties te ondernemen ten voordele van de ondernemingen zoals marktverkenningen, het organiseren van buitenlandse handelsmissies, enz. Verder zoekt AWEX naar nuttige internationale samenwerkingscontacten met buitenlandse agenten en distributeurs, ondernemingen, enz. Een laatste belangrijke opdracht van de AWEX bestaat erin de verschillende Waalse initiatieven ter bevordering van de export, onder andere door allerlei federaties en exportclubs, zodanig te coördineren dat deze samen het algemeen belang dienen.

Naast deze taken heeft AWEX ook een aantal regionale hulpverleningsprogramma's uitgewerkt die onder andere betrekking hebben op financiële steun voor Waalse bedrijven voor deelname aan beurzen en voor marktprospectie buiten de Europese Unie, logistieke bijstand en het ter beschikking stellen van gespecialiseerd personeel op het gebied van buitenlandse handel, marketing en design. (Cuyvers, 1998).

6.3 Brussels Export

Brussel tenslotte heeft als derde gewest nu ook recht op haar eigen exportdienst en dit is Brussels Export. Voor een klein gewest als Brussel betekent dit ongetwijfeld een enorme administratieve en financiële inspanning. Nochtans is een beleid ter ondersteuning en ter bevordering van de Brusselse uitvoer onontbeerlijk aangezien de export een belangrijk aandeel van de Brusselse economie voor z'n rekening neemt. Meer dan 50% van de producten die in Brussel geproduceerd worden, worden immers uitgevoerd (Brussels Export, 2007).

Taken en doelgroep

Brussels Export werd op 1 augustus 2001 opgericht met als doel de Brusselse uitvoer te stimuleren. De middelen om deze doelstelling te bereiken gaat van het aanbieden van informatie en opleidingsprogramma's aan de Brusselse ondernemingen, het organiseren van

promotionele handelsmissies tot het financieel ondersteunen van Brusselse KMO' in hun exportactiviteiten. Het zijn dus enkel de kleine en middelgrote ondernemingen met minder dan 250 werknemers en een maximale omzet van 20 miljoen EUR, die van financiële steun kunnen genieten (FOD Economie, 2007).

Samenstelling

Brussels Export bestaat uit drie instellingen, die door hun krachten te bundelen, trachten deze doelstellingen te verwezenlijken. Deze instellingen zijn De Directie voor Buitenlandse Handel van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, de Kamer van Koophandel en Nijverheid van Brussel (KHNB) en het Verbond van Ondernemingen (VOB) te Brussel. De Directie voor Buitenlandse Handel staat in voor de promotie van Brusselse bedrijven in het buitenland. De KHNB biedt de mogelijkheid aan de ondernemingen hun belangen te laten behartigen door de KHNB. Daarnaast helpt de KHNB de ondernemingen bij een beter beheer van hun zaken. Het VOB tenslotte is een werkgeversorganisatie die al de Brusselse bedrijven vertegenwoordigt zonder onderscheid van sector (Brussels Export, 2007).

6.4 Handelsattachés

Het Ministerie van Buitenlandse Zaken beschikte tot in 1994 over handelsattachés die zorgden voor de bevordering van de uitvoer van Belgische producten. Deze handelsattachés waren gestationeerd in een 120 tal posten in het buitenland. Meestal werden ze toegevoegd aan de Belgische ambassades of consulaire posten. In 1994 werden de handelsattachés geregionaliseerd en er werd een akkoord tussen de gewesten afgesloten voor het gebruik dat een gewest wil en kan maken van de handelsattachés van een ander gewest, op een post waar eerstgenoemde geen handelsattaché heeft gestationeerd (Cuyvers, 1998).

Bevoegdheden

De bevoegdheden van de handelsattachés zijn vierledig. Ten eerste moeten zij op aanvraag van een regionale instelling, zijnde FIT, AWEX, Brussels Export, de behoeften van een bepaalde markt nagaan, waarna de regionale instelling de ondernemingen kan inlichten. Verder bestaat hun taak uit ondernemingen bijstaan bij de prospectie van een nieuwe markt, en dienen zij samen te werken met investeringsprospectoren. Tot slot dienen ze spreekdagen

te organiseren ten behoeve van de ondernemingen en zo nodig ook te informeren via een individueel onderhoud (Cuyvers 1998).

HOOFDSTUK 3: DIRECTE BUITENLANDSE INVESTERINGEN

Een tweede luik dat dient besproken te worden als men financiële stromen naar België wenst te analyseren zijn de directe buitenlandse investeringen. In het eerste hoofdstuk werd reeds verklaard welke historische achtergrond achter het ontstaan van de directe buitenlandse investeringen zit en werd een uitvoerige opeenvolging gegeven van de verschillende theorieën die er in de loop der jaren zijn ontwikkeld. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de directe buitenlandse investeringen in het algemeen, de motieven en determinanten, het verschil tussen horizontale en verticale directe buitenlandse investeringen en de verschillende vormen van ervan. Verder zullen onder andere de effecten van directe buitenlandse investeringen op het gastland besproken worden, alsook de globale directe buitenlandse investering trends. Deze globale trends vormen de basis voor een vergelijking met de directe buitenlandse investeringen in België en haar attractiviteit als investeringsland.

1. Definities van directe buitenlandse investeringen

Er zijn meerdere definities van directe buitenlandse investeringen. Globaal kan gesteld worden dat dit het proces is waarbij residenten van een land (thuisland) eigendom van activa verwerven met het oog op het controleren van productie, distributie en andere activa van een firma in een ander land (gastland).

De specifieke definities gaan dan echter weer een stuk verder. Het Internationaal Monetair Fonds beschrijft directe buitenlandse investeringen als een internationale investering, gemaakt met het oog op het behalen van een duurzaam belang/aandeel, door een resident in één economie in het bedrijf dat gesitueerd is in een andere economie. Het duurzame belang veronderstelt het bestaan van een lange termijnrelatie tussen de directe investeerder en het bedrijf en een significant percentage aan invloed op het management van het bedrijf. De directe investering omslaat zowel de initiële transactie die de relatie tussen beide entiteiten tot stand brengt, als alle opvolgende transacties tussen elkaar en met andere filialen. Die filialen kunnen al of niet geïncorporeerd zijn (Pattnaik R.K, et al 2002).

Volgens de United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) is de directe buitenlandse investering een investering die een lange termijnrelatie tot stand brengt en een duurzaam belang en controle reflecteert door een resident van één economie (de buitenlandse

directe investeerder of moederonderneming) in een bedrijf van een andere economie verschillend van die van de buitenlandse directe investeerder (onderneming, filiaal of buitenlands filiaal). Zowel individuen als ondernemingen kunnen rechtstreeks buitenlandse investeringen doen. Directe buitenlandse investeringsstromen bestaan uit kapitaal verschaft door een buitenlandse directe investeerder aan een buitenlandse investeringsonderneming of uit kapitaal verkregen van een buitenlandse investeringsonderneming door een buitenlandse directe investeerder. Directe buitenlandse investeringen bestaan uit die componenten: kapitaal uit aandelen, geherinvesteerde winsten en interbedrijfsleningen (World Bank, 2004).

Een derde definitie die kan worden beschouwd worden is deze van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO). Volgens de OESO weerspiegelen directe buitenlandse investeringen het objectief van een resident om een duurzaam aandeel te verkrijgen in een economie (directe investeerder) verschillend van die van de investeerder (directe investeerdersonderneming). De duurzame band impliceert in de eerste plaats een aanwezigheid van een langetermijnrelatie tussen de directe investeerder en de onderneming. Verder moet er ook een significant percentage aan invloed op het management van de onderneming bestaan. De directe investering omvat zowel de initiële transactie tussen de twee entiteiten en alle volgende kapitaaltransacties tussen hen en andere filialen. (OESO, 2007)

2. Belangrijkste motieven voor directe buitenlandse investeringen

Er zijn volgens de literatuur vier motieven om tot directe buitenlandse investeringen over te gaan. In de volgende paragrafen zullen deze summier worden besproken.

2.1 Resource seeking

Dit is de vorm van directe buitenlandse investeringen die plaats vindt om toegang te verkrijgen tot bepaalde middelen of om de grondstofvoorziening veilig te stellen. Wanneer een gebied of land een absoluut voordeel heeft in een bepaalde schaarse factor, is het in een sterke positie om een bijdrage te vragen aan de multinationale onderneming om van deze schaarse factor gebruik te kunnen maken. In welke mate een dergelijke locatie bedrijven aantrekt is afhankelijk van de schaarste van de betreffende factor en de mate waarin deze factor ook toegankelijk is op andere locaties.

De ondernemers die deze vorm van directe buitenlandse investeringen toepassen zijn onder te verdelen in drie groepen. De eerste groep zoekt naar fysische, natuurlijke middelen zoals olie, mineralen, grondstoffen of landbouwproducten. De tweede groep daarentegen richt zijn aandacht op goedkope vaak ongeschoolde arbeidskrachten en de laatste groep focust zich op het verkrijgen van technologische capaciteit, management - en marketing - en organisatorische vaardigheden (Dunning, 1993).

2.2 Market seeking

Market seeking, betreft het openen van nieuwe markten en komt voor indien de lokale of aangrenzende markten toegang verlenen tot opportuniteiten om productieschaalvoordelen te realiseren. Dit vereist naast een grote populatie ook de capabiliteit van de markt om binnen een redelijke termijn aan de verwachte vraag, waarop de investering gebaseerd is, te voldoen.

Dit type van directe buitenlandse investeringen kan ook ontstaan als strategisch antwoord. Immers wanneer de belangrijkste aanbieders of klanten op de betreffende markt aanwezig zijn, kan het gebeuren dat een bepaald bedrijf hen moet volgen om verdere samenwerking te garanderen.

We zien tot slot ook dat deze vorm van directe buitenlandse investeringen steeds meer voorkomt in het kader van de globale positioneringsstrategie van een bedrijf. Vele bedrijven vinden het gewoon noodzakelijk om op bepaalde markten, zoals China aanwezig te zijn (Dunning, 1993).

2.3 Efficiency seeking

De bedrijven die op zoek zijn naar een toename van de efficiëntie zijn vaak grotere multinationale ondernemingen die tot doel hebben hun investeringen te rationaliseren zodanig dat het investerend bedrijf voordeel kan halen uit het gemeenschappelijk beheer van geografisch verspreide activiteiten. Het typische gedrag voor het zoeken naar efficiëntie vinden we terug bij ondernemingen die alle arbeidsintensieve activiteiten uitvoeren in lage loonlanden en alle kapitaalintensieve activiteiten in meer ontwikkelde landen (Dunning, 1993).

2.4 Strategic seeking

Strategic seeking, omvat het verkrijgen van toegang tot gespecialiseerde kennis of vaardigheden om de concurrentiekracht van de gehele onderneming te versterken. Hier vinden we dus de bedrijven terug die door middel van directe buitenlandse investeringen hun strategische doelstellingen op lange termijn willen bevorderen (Dunning, 1993).

3. Horizontale versus verticale directe buitenlandse investeringen

Een onderscheid binnen de directe buitenlandse investeringen vindt men in het bestaan van horizontale en verticale verschillen. Onder horizontale directe buitenlandse investeringen verstaan we de investering in het buitenland met als doel de bediening van de lokale markt. Vaak gaat het dan over een duplicatie van het productieproces door de opening van bijkomende fabrieken om ver uit elkaar gelegen locaties te bevoorraden. Als motief kan de vermindering van import- en transportkosten of het verbeteren van de concurrentiële positie op de markt ingeroepen worden. Een bijkomend voordeel is ook de aanwezigheid om de markt zelf, waardoor kortere leveringstermijnen aangehouden kunnen worden en adaptatie aan lokale voorkeuren en omstandigheden mogelijk is. Nadeel is de hogere kost die mogelijk verbonden is aan het werken met een buitenlandse administratie, een andere regelgeving, een ander belastingstelsel. Deze kosten kunnen echter wel gecompenseerd worden door een samenwerking aan te gaan met lokale firma's, door onder andere de oprichting van joint ventures, het werken met licentie of in onderaanneming.

Een verticale directe buitenlandse investering beoogt eerder de zoektocht naar inputs aan de laagste kost, waarvoor de verticale productieketen verdeeld en verspreid wordt over de locaties met de laagste kost. Met het doel die winst te verhogen kunnen bv. arbeidsintensieve activiteiten naar lage inkomenslanden verhuisd worden. (Shatz en Venables, 2000).

4. Determinanten voor directe buitenlandse investeringen

Dunnings econometrische studie van survey data over de determinanten van directe buitenlandse investeringen identificeerde drie hoofddeterminanten van directe buitenlandse investeringen op een bepaalde locatie. Marktkrachten (ook marktgrootte en groei), 'kosten', zoals daar zijn: arbeidskosten, beschikbaarheid aan arbeid en de inflatie. De derde

hoofddeterminant is volgens Dunning het 'investeringsklimaat', wat bepaald wordt door ondermeer de grootte van de buitenlandse schuldenlast en de betalingsbalans (Dunning, 1973).

De invloedrijke analyse van Dunning (1973, 1981) werd uitgediept en verder gezet door Root and Ahmed (1979), Levis (1979), Agarwal (1980), Koekkoek en Mennes (1991) en lijkt nog geen eindpunt te hebben bereikt. De empirische literatuur blijft groeien in omvang en moeilijkheidsgraad, terwijl de achterliggende boodschap tot nu toe kan samengevat worden in de volgende stellingen. Ten eerste gastlanden met een grote binnenlandse markt, gemeten door het bruto binnenlands product (BBP) per capita en aanhoudende groei van deze markt, gemeten door groeipercentages van het BBP, trekken relatief grote volumes van directe buitenlandse investeringen aan. Ten tweede het aanwezig zijn van middelen, zowel natuurlijke rijkdommen als menselijke rijkdommen is een belangrijke factor bij het nemen van een investeringsbeslissing door buitenlandse firma's. Ten derde infrastructuurvoorzieningen, inclusief transport en communicatie netwerken, zijn een belangrijke determinant voor directe buitenlandse investeringen. Ten vierde politieke stabiliteit in het gastland is een essentieel onderdeel in de investeringsbeslissing. Ten vijfde een stabiel en transparant beleid in verband met directe buitenlandse investeringen is aantrekkelijk voor toekomstige investeerders. Tot slot spelen fiscale en monetaire incentives in de vorm van belastingstegemoetkomingen een rol in het aantrekken van directe buitenlandse investeringen, maar zijn weinig van belang bij de afwezigheid van een stabiele economische omgeving.

5. De verschillende vormen van directe buitenlandse investeringen

Directe buitenlandse investeringen kunnen verschillende vormen aannemen: een greenfieldinvestering, een joint venture, een fusie of een overname. In de volgende paragrafen zullen deze vormen kort worden toegelicht.

5.1 Greenfieldinvestering

Een greenfield directe buitenlandse investering is een investering die gedaan wordt door de oprichting van een nieuw buitenlands filiaal. De nieuwe afdeling wordt vanuit het niets opgebouwd: bedrijfscultuur en organisatiemethoden kunnen efficiënt worden

geïmplementeerd in de nieuwe buitenlandse vestiging. Deze dure manier van werken vereist een grondige voorstudie van de nieuwe markt, veel geduld en veel kapitaal. Door de greenfield investeringen worden in het gastland veel nieuwe arbeidsplaatsen gecreëerd en bestaat de mogelijkheid om in latere fase nog meer arbeidsmogelijkheden te creëren. Deze creatie van extra arbeidsplaatsen zijn het gevolg van de oprichting van de nieuwe productievestiging en in een latere fase van de continue uitbreiding ervan.

5.2 Joint venture

5.2.1 Definities

Een joint venture kan omschreven worden als een contractuele overeenkomst tussen twee of meerdere partijen met het oog op het verrichten van een bepaalde zakelijke onderneming. Alle partijen stemmen in om bedrijfswinsten en – verliezen te delen. Geen enkele partij kan unilaterale controle over het bedrijf uitoefenen. Bij grensoverschrijdende joint-ventures blijven de partners hun rechtspersoonlijkheid behouden. Alle activiteiten worden gebundeld in een gemeenschappelijke dochteronderneming.

Een andere definitie kan gevonden worden bij Raaijmakers. Raaijmakers definieert een joint-venture als: “de gezamenlijke onderneming in de rechtsvorm van een naamloze vennootschap of besloten vennootschap in het kapitaal waarvan door twee of meer ten opzichte van elkaar juridisch en economisch zelfstandig blijvende ondernemingen voor meer dan de helft wordt deelgenomen krachtens een onderlinge regeling tot samenwerking, en waarbij deze overeenkomst voor de deelnemers een verplichting tot inbreng (meestal een deel van hun activiteiten) pleegt in te houden.”

De meer algemene definitie volgens Raaijmakers: een joint venture is een samenwerkingsvorm tussen economische subjecten”. Op deze manier kunnen verschillende soorten vormen van samenwerkingsvormen worden geklasseerd onder de naam ‘joint-venture’ (Raaijmakers, 1976).

Tot slot wordt de term joint-venture soms ook gebruikt om een verschijnsel aan te duiden dat vooral in ontwikkelingslanden voorkomt. In bepaalde ontwikkelingslanden staat de overheid immers soms slechts economische ondernemingsactiviteiten toe, als de overheid, een

overheidsorgaan of een andere lokale onderneming uit dat land in de onderneming een participatie heeft.

5.2.2 De objectieven van een joint venture

Elke joint venture heeft vijf gemeenschappelijke objectieven: markttoegang, deling van winst en verlies, deling van technologische kennis, ontwerp van een gemeenschappelijk product en de naleving van de wettelijke voorschriften (Houthoofd, 2005).

5.2.3 Voordelen van een joint venture

In de eerste plaats kan een joint venture handig zijn om onbekende of nieuwe markten te exploiteren. Door samen te werken met een lokale onderneming kunnen immers belangrijke besparingen worden gerealiseerd op het vlak van tijd en kosten.

Vervolgens kan een joint venture in bepaalde gevallen de voorbereidende fase zijn op een latere fusie of een volledige overname. Op deze manier heeft men het voordeel dat men de ondernemingsstrategie van de andere partij al leert kennen, terwijl men zich toch nog niet zo sterk engageert. Dit wordt ook wel het 'uitkijkposteffect' genoemd.

In sommige activiteiten is het risico te groot om door één onderneming gedragen te worden. door het aangaan van een joint-venture wordt het risico over de verschillende deelnemers gespreid en kan één partij dus niet volledig verantwoordelijk gesteld worden als er iets fout loopt. Op die manier wordt er dus aan risicobeperking gedaan.

Ook wat betreft de financiering kennen joint ventures voordelen. Zo zullen joint-ventures kleinere initiële kosten veroorzaken dan bijvoorbeeld een overname. Bovendien is het ook mogelijk dat juist door de joint venture het benodigde kapitaal eenvoudiger kan worden bijeengebracht, doordat de toegang tot buitenlandse kapitaalmarkten vereenvoudigd wordt.

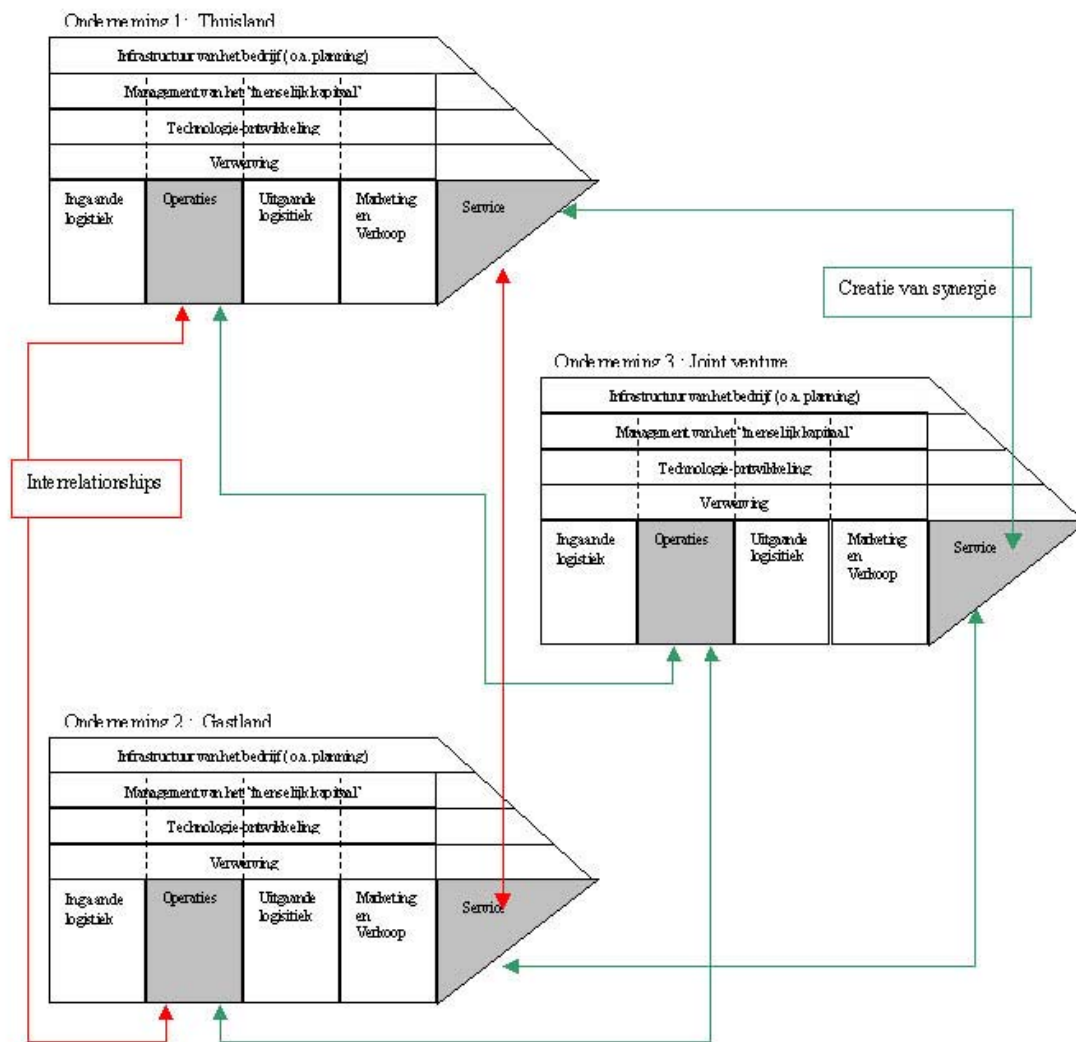
Door de oprichting van een joint venture kunnen de ondernemingen soms sneller tot een oplossing van bepaalde problemen komen. Een joint-venture kan ook een goede oplossing zijn voor twee partijen die beschikken over verschillende technische kennis, waarvan de combinatie nodig is om te komen tot een waardig product.

Voor ondernemingen zijn personeelskosten zware lasten. Vaak zal dan ook door een joint-venture minder personeel vereist zijn dan indien de ondernemingen elk afzonderlijk hun activiteiten zouden voortzetten.

Het laatste voordeel van een joint venture is dat het ook synergie creëert. De rol van de verschillende ondernemingen in de joint venture verschilt vaak. Er zijn veel managers die geloven dat een joint venture pas succesvol kan zijn indien één van beide ondernemingen een passievere rol aanneemt. Door de passievere houding van één onderneming, kan de dominantere onderneming haar eigen bedrijfsactiviteiten gaan verder gebruiken in de joint venture (J.P. Killing, 1983)⁹. Op dat moment spreken we dus van ‘interrelationships’ (Houthoofd, 2005).

⁹ Puntje 5.2.5 zal de soorten joint ventures bespreken.

Figuur A: Interrelationship met creatie van synergie toegepast op het bedrijfsniveau



Bron: Eigen ontwerp, gebaseerd op Houthoofd, 2005.

Het schema hierboven is gebaseerd op de waardeketen van Porter. Porter zijn theorie van de waardeketen zegt dat kostenvoordelen tussen strategic business units kunnen opgespoord worden. Een interessant gegeven hierbij is het opsporen van interrelationships tussen strategic business units of ondernemingen. Deze theorie wordt in dit voorbeeld geïmplementeerd op het opsporen van kostenvoordelen bij de creatie van een internationale joint venture. Er is sprake van twee oorspronkelijke, reeds bestaande ondernemingen. Een onderneming in het thuisland, dat wenst een directe buitenlandse investering te doen in een gastland, en een onderneming in het gastland zelf. De onderneming in het thuisland, wenst een greenfield investering te doen in het gastland en zoekt daarvoor naar een partner in het gastland waardoor het kan rekenen

op de marktkennis van deze onderneming bij het lanceren van haar producten. Tussen de onderneming van het thuisland en de onderneming van het gastland kunnen er bijvoorbeeld interrelationships ontstaan tussen de activiteiten 'operaties' en 'service'. Deze interrelationships kunnen leiden tot synergie en worden geïmplementeerd in de pas opgerichte dochteronderneming, waardoor er heel wat kosten bespaard worden.

5.2.4 Nadelen van een joint venture

Door samenwerkingsakkoorden af te sluiten, door middel van een joint venture, bestaan er enkele nadelen die te wijten zijn aan verschillen binnen de verschillende samenwerkende ondernemingen. In de volgende paragrafen worden deze nadelen kort toegelicht.

In de eerste plaats hanteren de oprichters van een joint venture vaak andere vormen en werkwijzen wat betreft voeren van de boekhouding, rapportering, financieel beheer en kwaliteitszorg. Zeker als het gaat over een joint venture die ontstaan is door samenwerking tussen bedrijven uit verschillende landen. De wetgeving omtrent de hierboven aangehaalde punten kunnen aanzienlijk verschillen.

Een ander nadeel aan een joint venture bevindt zich in de snelheid en de kwaliteit van beslissingen die dienen genomen te worden. Door het samenwerkingsakkoord verliezen de betrokken partijen hun zelfstandige beslissingsbevoegdheid. Het nemen van beslissingen ligt dus volledig in handen van de verstandhouding tussen de partners. Traag reageren op marktopportunities kunnen finaal leiden tot een achterstand op de concurrentie.

Verder bestaat er in een joint venture geen partij die de volledige verantwoordelijkheid draagt voor de genomen beslissingen. Er bestaat dus een kans dat bij de evaluatie van een beslissing, die niet succesvol gebleken is, de verantwoordelijkheid afgeschoven wordt. Zulke reacties kunnen leiden tot een zekere wrijving binnen het samenwerkingsakkoord en op termijn de verstandhouding binnen de joint venture verslechteren en dus ook het beslissingsproces vertragen.

Een ander aandachtspunt betreft de mogelijkheid tot conflictvorming over nieuwe investeringen, waaraan een wantrouwen bij kennisuitwisseling kan gekoppeld worden. Duiding aan de hand van een voorbeeld: in welke mate draagt één van de ondernemingen bij

inzake de onderzoek- en ontwikkelingskosten van een nieuwe investering. Hoe bepaalt men de financiële inbreng van een partner, met een beperkte onderzoeks- en ontwikkelingskost?

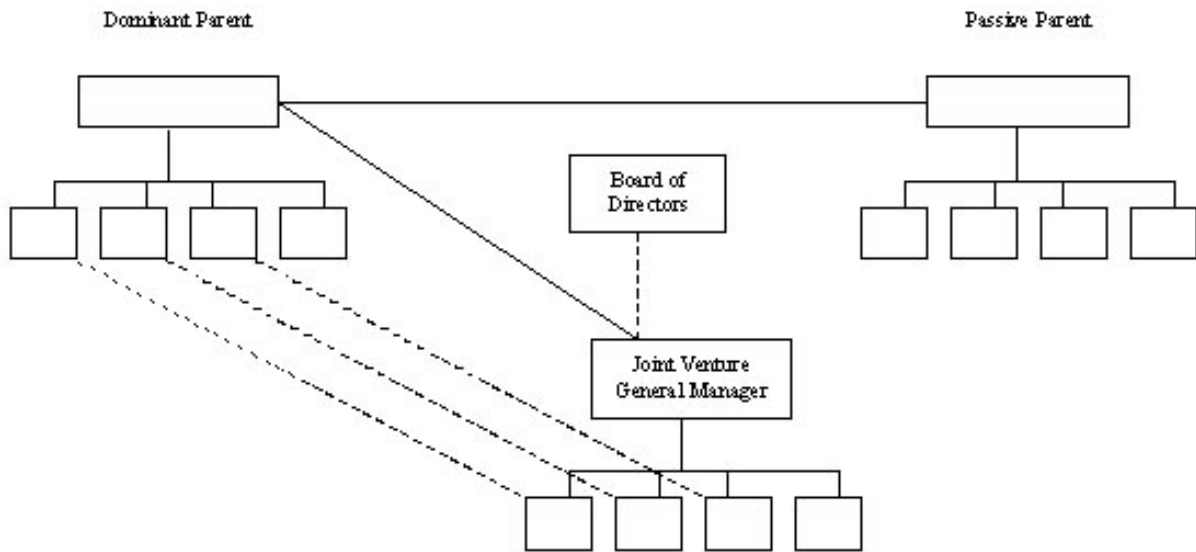
5.2.5 Soorten joint-ventures

Men kan drie soorten joint-ventures onderscheiden. De eerste soort is een joint venture waarvan één partner dominant is ten opzichte van de andere partner, deze vorm wordt dan ook ‘dominant partner’ joint venture genoemd. De joint ventures waar beide oprichters een actieve rol spelen in het bestuur ervan worden ‘shared management’ joint ventures genoemd. De laatste te onderscheiden categorie is deze van de ‘independent ventures’. Hier spelen geen van beide partijen een sterke rol in het beleid van de joint venture. De volgende paragrafen zullen deze drie soorten verder uitleggen.

Kenmerkend aan ‘dominant partner’ joint venture is dat de dominante partner de joint venture leidt alsof de joint-venture een dochteronderneming is. Al de operationele en strategische beslissingen die dienen genomen te worden, worden dan genomen door de Raad van Bestuur (RvB) van de dominante onderneming. De RvB van de joint venture speelt dan een ceremoniële rol.

Figuur B, ‘the dominant power joint venture’, geeft weer dat de Chief Executive Officer (CEO) van de joint venture dient te rapporteren aan de dominante onderneming van de joint venture. Alle functionele managers van de joint venture (productie, financiën, marketing, engineering) komen rechtstreeks van, of worden geselecteerd door de dominante onderneming. Ook zij dienen op regelmatige basis te rapporteren aan hun superieure in het dominante bedrijf. De joint venture is volledig geïntegreerd in het management systeem van de dominante onderneming, net als het haar eigen dochteronderneming zou zijn.

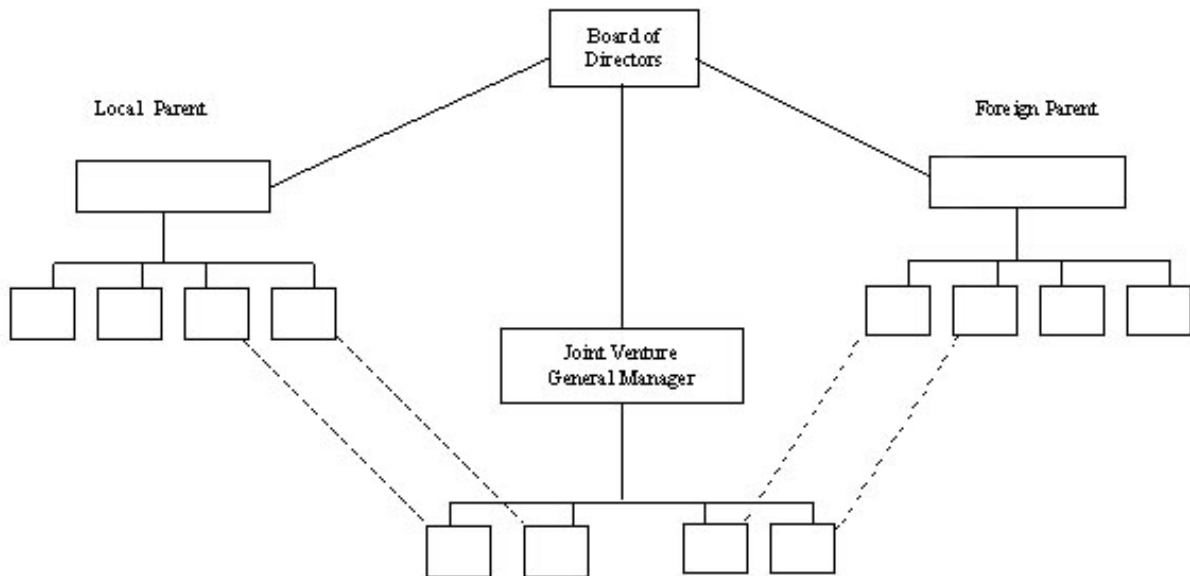
Figuur B: The Dominant Power Joint Venture



Bron: J.P. Killing, *Strategies for Joint Ventures Success*, 1983, pp. 17.

De “Shared Management” joint venture is geheel verschillend van de “dominant power” joint venture. In deze soort van joint venture spelen beide ondernemingen van de joint venture een betekenisvolle rol. Figuur C laat duidelijk zien dat een ‘shared management’ joint venture een Raad van Bestuur heeft met echte invloed op het beleid. Verder komen de functionele managers uit de beide ondernemingen, dit wordt op figuur C aangetoond aan de hand van stippellijnen.

Figuur C: The Shared Management Joint Venture



Bron: J.P. Killing, *Strategies for Joint Ventures Success*, 1983, pp. 21.

De laatste vorm zijn de 'independent ventures'. In deze vorm heeft de CEO van de joint venture volledige onafhankelijkheid wat betreft de beslissingen die hij wenst te maken. Uit onderzoek van Killing (1983.) blijkt dat deze soort van joint venture een succes is. Door de volledige autonomie van de CEO van de joint venture kan deze marktconforme beslissingen maken zonder daarvoor eerst een rapport op te stellen voor zijn 'superieure'. Er bestaat een evenredige relatie tussen het succes van een joint venture en de autonomie die de CEO ervan krijgt.

5.3 Fusie en overname (acquisitie)

Men spreekt over fusies als ongeveer gelijkwaardige partners hun zelfstandigheid opgeven teneinde op te gaan in een nieuw en vast samenwerkingsverband waarin beide bedrijven hun operaties gaan integreren. Een overname is eigenlijk een speciale vorm van een acquisitie. Bij een acquisitie koopt een grote onderneming 100% van de belangen of op zijn minst een controlerend belang in een kleinere onderneming met de bedoeling dit ander bedrijf te managen als een bedrijfseenheid binnen haar eigen portfolio. De overname is de acquisitie waar het kleinere bedrijf niet vroeg om het overnamebod.

Strategische acquisities kunnen van mekaar verschillen naargelang van het type competenties die worden getransfereerd (volgens de bron van synergie) en volgens de relatie van de overgenomen onderneming met het activiteitsterrein (en dus de link met de ondernemingsstrategie).

5.3.1 Acquisities en het type competentietransfer

Men kan vier soorten acquisities onderscheiden als het bekeken wordt vanuit het standpunt van het type competentietransfer. Concreet zijn dit, acquisities gericht op combinatievoordelen, op het delen van resources, op de transfer van functionele skills, op transfer van algemene management skills. In de volgende paragrafen worden deze types van competentietransfer verder uitgelegd (Houthoofd, 2005).

De combinatievoordelen die optreden na een acquisitie zullen toelaten meer macht te krijgen over de markt, meer aankoopkracht bieden (dit wil zeggen, meer macht tegenover de leveranciers), en meer macht te verwerven ten aanzien van financiers (men kan bijvoorbeeld een grotere leningscapaciteit verkrijgen). Door de acquisitie kan ook de reputatie van het nieuw gevormde geheel stijgen. Een gemeenschappelijk kenmerk van dit type waardecreatie is dat er geen competentietransfer plaats grijpt tussen de 2 bedrijven (overnemer en overgelaten bedrijf).

Als een acquisitie gericht is op het delen van resources dan betreft het, het combineren en rationaliseren van operationele resources van beide bedrijven. Op termijn kan dit leiden tot een kostenverlaging afkomstig van schaalvoordelen en scopevoordelen. De schaalvoordelen treden op als de gecombineerde output leidt tot een lagere eenheidskost. Scopevoordelen daarentegen treden op wanneer het gemeenschappelijk gebruik van bepaalde activa resulteert in lagere kosten ten opzichte van wanneer beide bedrijven onafhankelijk waren gebleven. De scopevoordelen kunnen het gevolg zijn van het stopzetten van duplicaties.

Een derde soort acquisitie is deze gericht op een transfer van functionele skills. Indien productietechnieken of gedetailleerde kennis van distributiekkanalen kunnen getransfereerd worden van het overgenomen bedrijf verhoogt dit de competitieve positie. De skills zijn verbonden met bepaalde activiteiten eigen aan het bedrijf. Het zijn routines die aangeleerd

dienen te worden door trial and error, maar die performantie verhogend optreden indien de skills aanwezig zijn.

Tot slot zijn er ook acquisities die gericht zijn op de transfer van algemene management skills. Het gaat hier voornamelijk over bekwaamheden die te maken hebben met leiderschap, het uitstippelen van een strategische koers, bekwaamheden inzake strategische planning. Dit kan gebeuren door het wegcopen van goede managers (Houthoofd, 2005).

5.3.2 Acquisities in relatie tot het activiteitsdomein

Naargelang hun link met de ondernemingsstrategie kunnen acquisities domeinversterkend, domeinuitbreidend of domeinexplorerend zijn.

Domeinversterkende acquisitie verhogen of vernieuwen de competenties die ten grondslag liggen aan de competitieve positie in een bestaand activiteitsterrein. Het gaat in essentie om het verdedigen van de huidige positie. De meest voor de hand liggende toepassing is de horizontale acquisitie van een concurrent die dezelfde producten maakt.

Als men spreekt over domeinverbredende acquisities gaat men uit van de bestaande competenties van het bedrijf, die men gaat toepassen in nieuwe aanverwante sectoren of het binnenbrengen van nieuwe competenties in het bedrijf om toe te passen in bestaande activiteitsterreinen.

Indien men spreekt over een acquisitie tussen twee bedrijven uit niet-verwante sectoren spreekt men over domeinexplorerende acquisities. Het is een beweging richting nieuwe activiteiten in andere sectoren die andere competenties vergen. Meestal is dit ingegeven door risicospreiding of simpelweg door het gebruiken van de bestaande cash (Houthoofd, 2005).

6. Effecten van directe buitenlandse investeringen op het gastland

Directe buitenlandse investeringen is ongetwijfeld een effectieve manier om technologie en kennis te transfereren naar het buitenland, dit in tegenstelling tot andere soorten kapitaalflows zoals bijvoorbeeld leningen. De verklaring ligt in het feit dat de multinationals, als voornaamste verspreider van directe buitenlandse investeringen, het monopolie bezitten op

technologie en knowhow en de wil hebben om deze te verspreiden naar buitenlandse markten toe (Hymer 1976, Buckley en Casson 1976, Dunning, 1993).

De voordelen voor het gastland komen vooral voort uit spillovers¹⁰. Naast de stijging in tewerkstelling, de winsten uit buitenlandse deviezen en export, zijn het vooral de technologie spillovers die gezien worden als de grootste bijdrage van directe buitenlandse investeringen aan de ontwikkeling.

6.1 Kanalen voor spillovers

Er zijn verschillende kanalen voor spillovers, zoals imitatie, de verwerving van vaardigheden, concurrentie en een versterkte exportintensiteit van lokale firma's.

Imitatie van door buitenlandse firma's vervaardigde producten door 'reverse engineering' is een activiteit die lokale firma's toelaat om het proces en ontwerp van nieuwe producten te kopiëren. Firma's proberen deze praktijken te belemmeren door een aanvraag tot bescherming van hun intellectuele eigendom, maar een imitatie hoeft niet altijd een kopie te zijn: ze kan ook de lokale firma toelaten gebruik te maken van de technologie en knowhow van de buitenlandse firma.

De verwerving van specifieke vaardigheden gebeurt meestal door het overlopen van geschoold personeel van een buitenlandse firma naar een lokale firma. Vaak hebben de buitenlandse firma's geïnvesteerd in opleiding. Interne migratie van arbeid is een significante manier van spillovers.

Een derde spillover gebeurt via de concurrentie. Volgens theoretische modellen vergroot de aanwezigheid van nieuwe buitenlandse firma's de concurrentie in de markt, waardoor lokale firma's gedwongen worden om de productie-efficiëntie te verhogen. Op haar beurt worden de buitenlandse firma's gedwongen te investeren in R&D, hetzij in het gastland, hetzij in hun thuisland, om de lokale firma's voor te blijven (Görg & Greenway, 2001).

¹⁰ Spillover wordt door Houthoofd (2005, pp. 252) gedefinieerd als: "leren uit de ervaring van anderen".

6.2 Impact van directe buitenlandse investeringen op het gastland.

De impact van directe buitenlandse investeringen zal verschillen naargelang het ontwikkelingsstadium van zowel het gastland als het thuisland. Er bestaan vier fases waarin men de ontwikkeling van het gast – en thuisland in kan onderverdelen.

In een eerste fase zullen de directe buitenlandse investeringen vloeien in de richting van primaire sectoren en arbeidsintensieve sectoren. Het competitief voordeel voor het gastland zal in belangrijke mate gebaseerd zijn op natuurlijke hulpbronnen. Deze fase wordt gekenmerkt door een laag ontwikkelingsstadium in het gastland.

De directe buitenlandse investeringen kunnen in de tweede fase een belangrijke bijdrage leveren tot de verdere economische ontwikkeling van het gastland, wanneer een export ondersteunende ontwikkelingsstrategie wordt gevolgd. Kenmerkend aan deze fase is het toenemend belang van investeringskapitaal in activiteiten en sectoren waar nog toegevoegde waarde aan het productieproces dient toegevoegd te worden.

In de derde fase bereikt het gastland het ontwikkelingsniveau dat vergelijkbaar is met dat van de industrielanden. Er is een verschuiving merkbaar van een eerder investeringsgeleide groei naar een innovatiegeleidende groei. De directe buitenlandse investeringen voorzien in resources waarin het gastland een comparatief nadeel in heeft. Verder dragen de directe buitenlandse investeringen bij tot het verbeteren van binnenlandse productiecapaciteiten. Deze verbetering zorgt voor een hogere competitiviteit tussen de lokale ondernemingen en zal leiden tot het opengaan van nieuwe markten.

In de vierde en laatste fase wordt het belang van R&D in product en procesinnovaties overheersend. Ook worden de directe buitenlandse investeringen niet langer gezien als een manier om buitenlandse resources te bekomen, maar worden ze ook geëvalueerd op basis van hun bijdrage aan de organisatie.

7. Globale trends in DBI

Volgens de gegevens van UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) hadden de globale directe buitenlandse investeringen in 2006 een bedrag bereikt van \$ 1,2

triljoen, wat een verhoging is van \$ 916 miljard ten opzichte van het jaar ervoor. De inwaartse directe buitenlandse investeringsstromen namen in alle regio's toe en er is sprake van een stijging de grensoverschrijdende fusies en acquisities.

Twee derde van de inwaartse directe buitenlandse investeringen in 2006, \$ 800 miljard, ging naar de ontwikkelde landen (in 2005 was dit nog drie vijfde). In vergelijking met het jaar 2005, \$ 542 miljard, was dit een stijging met ongeveer 48 procent. De directe buitenlandse investeringen in de ontwikkelingslanden stegen in 2006 met 10 procent, naar \$ 368 miljard. Toch bestaan er tussen de verschillende ontwikkelingslanden wel verschillen wat betreft de toestroom van investeringen, maar dat zal in de volgende paragrafen worden uitgelegd (UNCTAD, 2007).

Directe buitenlandse investeringen in Afrika in 2006

De directe buitenlandse investeringen voor Afrika hebben in 2006 een nieuw hoogtepunt bereikt, \$ 39 miljard of een stijging van 25 procent ten opzichte van 2005. De als maar stijgende vraag naar grondstoffen zorgt ervoor dat zowel de ontwikkelingslanden als de ontwikkelde landen Afrika een interessante markt vinden om in te investeren. Vooral de olie – en gasindustrie kenden vele investeringen. In het eerste deel van 2006 waren er drie maal zoveel grensoverschrijdende fusies en acquisities in de ontginningsector en de gerelateerde dienstensector dan in diezelfde periode in 2005. De vaststelling voor Afrika is dat de meeste inwaartse directe buitenlandse investeringen geconcentreerd liggen in Westelijke, Noordelijke en Centraal gelegen regio's. De inwaartse flows blijven laag in lage inkomens economieën, met een gebrek aan natuurlijke grondstoffen (UNCTAD, 2007).

Directe buitenlandse investeringen in West Azië in 2006

Hoge olie prijzen, sterke BBP groei ratio's en verdere liberalisering leidde tot een substantiële verhoging (ongeveer 23 procent) van de directe buitenlandse investeringen in 2006. Wat het totaal bedrag bracht op \$ 43 miljard. Turkije en de rijke olie staten in de Golf, bleven de meeste directe buitenlandse instromen aantrekken ondanks het gebrek aan stabiliteit in de regio (UNCTAD, 2007).

Directe buitenlandse investeringen in Zuid, Oost en Zuid-Oost Azië in 2006

Als men de cijfers van de inkomende directe buitenlandse investeringen van Zuid, Oost en Zuid-Oost Azië gaat vergelijken met deze van Afrika en West Azië, merkt men dat de stijging

in de directe buitenlandse investeringen aan een lager tempo gebeurt. Zuid, Oost en Zuid-Oost Azië kende in 2006 een stijging van haar directe buitenlandse investeringen van dertien procent, wat het totaal bedrag aan directe buitenlandse investeringen brengt op \$ 187 miljard. China, Hong Kong en Singapore behielden hun positie als de drie grootste ontvangers van directe buitenlandse investeringen in deze regio. Zuid Korea werd door Indië voorbijgestoken als vierde grootste ontvanger van directe buitenlandse investeringen in deze regio (UNCTAD, 2007).

Directe buitenlandse investeringen in Zuid Amerika en in het Caribische gebied in 2006

In Zuid Amerika en in het Caribische gebied, heerst er een klein verlies wat betreft de directe buitenlandse investeringsstromen, naar een totaal bedrag van \$ 99 miljard in 2006. Mexico en Brazilië blijven in deze regio de grootste ontvangers van directe buitenlandse investeerders, zonder dat er echt wijzigingen optraden op het niveau van de directe buitenlandse investeringen. Mexico kende geen wijziging, Brazilië kende een kleine stijging van 6 procent. In tegenstelling tot de stabilisering van de directe buitenlandse investeringen in Mexico en Brazilië, kende Chili in 2006 een stijging van de directe buitenlandse investeringen met 48 procent. Chili heeft dit te danken aan de onverhoopte winsten die Transnational Corporations (TNC) aan het investeren zijn in de mijn industrie. De directe buitenlandse investeringen in Colombia en Argentinië zijn gedaald met respectievelijk 52 procent en 30 procent, als gevolg van een vermindering van de grensoverschrijdende fusies en acquisities. Een mogelijke oorzaak van het verlies aan directe buitenlandse investeringen zou het gebrek aan vertrouwen in de nationale overheid en in de nationale economie in het algemeen kunnen zijn (UNCTAD, 2007).

Directe buitenlandse investeringen in Zuid-Oost Europa en de Gemenebest in 2006
De snelste groei ratio's inzake directe buitenlandse investeringen vinden we in 2006 terug in Zuid-Oost Europa en de landen van het Gemenebest¹¹ waar een stijging genoteerd werd van

¹¹ Bekender onder zijn Engelse benaming: "Commonwealth". Het is een vrijwillige verbintenis tussen 53 onafhankelijke staten. De 53 leden zijn: [Antigua en Barbuda](#) · [Australië](#) · [Bahama's](#) · [Bangladesh](#) · [Barbados](#) · [Belize](#) · [Botswana](#) · [Brunei](#) · [Canada](#) · [Cyprus](#) · [Dominica](#) · [Fiji](#) · [Gambia](#) · [Ghana](#) · [Grenada](#) · [Guyana](#) · [India](#) · [Jamaica](#) · [Kameroen](#) · [Kenia](#) · [Kiribati](#) · [Lesotho](#) · [Malawi](#) · [Maldiven](#) · [Maleisië](#) · [Malta](#) · [Mauritius](#) · [Mozambique](#) · [Namibië](#) · [Nauru](#) · [Nieuw-Zeeland](#) · [Nigeria](#) · [Oeganda](#) · [Pakistan](#) · [Papoea-Nieuw-Guinea](#) · [Saint Kitts en Nevis](#) · [Saint Lucia](#) · [Saint Vincent en de Grenadines](#) · [Salomonseilanden](#) · [Samoa](#) · [Seychellen](#) · [Sierra](#)

55 percent over het afgelopen jaar. Dit bracht het totaal aan directe buitenlandse investeringen op een bedrag van \$ 62 miljard en was tevens het zesde jaar op rij dat deze regio's een groei in de directe buitenlandse investeringen lieten optekenen. Het grotendeel van de stromen was bestemd voor Rusland, Oekraïne en Roemenië en voor een aantal industrieën die te maken hebben met natuurlijke grondstoffen (UNCTAD, 2007)

We kunnen besluiten dat globaal gezien de directe buitenlandse investeringen een toenemend verloop kent. Alleen in de Zuid Amerikaanse landen kende men algemeen gezien een kleine terugval. De vorige paragrafen dienden als vergelijkingspunt met de Belgische situatie. Kunnen deze globale trends doorgetrokken worden naar een land als België? Daarom zal in de volgende paragraaf gesproken worden over de aantrekkelijkheid van België als investeringsland en zal het laatste deel van dit hoofdstuk de directe buitenlandse investeringen van België onder de loep nemen.

8. Attractiviteit van België als investeringsland

België als vestigingsplaats voor productie en distributie activiteiten heeft in het verleden heel wat buitenlandse investeerders overtuigd om hun investeringen in een Belgische regio te doen. De aantrekkelijkheid van de Belgische regio's voor buitenlandse investeerders had, en heeft nog steeds, veel te maken met de centrale ligging van België ten opzichte van de belangrijkste markten van de Europese Unie. De ligging stelt de bedrijven met een vestigingsplaats in België de mogelijkheid om op een bijzonder efficiënte manier de belangrijkste Europese markten te bevoorraden. Dankzij de sterk uitgebouwde logistieke infrastructuur kunnen grondstoffen en componenten erg snel naar in België gevestigde productiecentra worden vervoerd. Ook het exporteren van afgewerkte producten naar de Europese markt, kan dankzij de Belgische logistieke infrastructuur snel gebeuren. De aantrekkelijkheid als investeringsland voor buitenlandse ondernemingen heeft België niet enkel te danken aan zijn logistieke infrastructuur, maar ook aan de gunstige

[Leone](#) · [Singapore](#) · [Sri Lanka](#) · [Swaziland](#) · [Tanzania](#) · [Tonga](#) · [Trinidad en Tobago](#) · [Tuvalu](#) · [Vanuatu](#) · [Verenigd Koninkrijk](#) · [Zambia](#) · [Zuid-Afrika](#). (Commonwealth, homepage: <http://www.thecommonwealth.org>)

arbeidsproductiviteit en de hoge scholingsgraad van de Belgische werknemers (Daems, Van De Weyer, 1993).

België blijkt volgens een onderzoek van Ernst & Young (2006) een aantrekkelijk land voor de buitenlandse investeerders om hun hoofdkwartier te vestigen. Productiebedrijven en design centra zijn veel minder aantrekkelijk voor de buitenlandse bedrijven aangezien ze dan te kampen hebben met een hoge loonkost en hoge fiscale bedrijfslasten.

Zowel de federale als regionale overheid neemt talloze initiatieven om buitenlandse investeerders van de aantrekkelijkheid van België te overtuigen (cf hoofdstuk twee). De cijfers van Ernst & Young tonen echter aan dat de meeste investeringen die gebeuren in België uitbreidingsinvesteringen zijn van bestaande locaties en activiteiten. Dat België meer uitbreidingsinvesteringen aantrekt dan dat het greenfield investeringen aantrekt, kan te wijten zijn aan de perceptie van de buitenlandse investeerders op België. Het onderzoek van Ernst & Young toonde aan dat de bedrijfsleiders die reeds in België actief waren, de attractiviteit veel hoger inschatten.

Bijkomend fenomeen dat voor buitenlandse investeerders erg belangrijk is, en wat ook de erg lage greenfield investeringen kan verklaren, zijn de loonkosten voor de werknemers. België heeft op dit vlak ten opzichte van de landen in Zuid - en Oost Europa, maar zeker ook ten opzichte van een aantal Aziatische landen een nadeel. De eventuele productiviteitsvoordelen die een buitenlandse investeerder kan bekomen door in België te investeren kunnen makkelijk gecompenseerd worden door het verschil in loonkosten.

De centrale ligging waarvoor België geprezen wordt, komt ook onder druk te staan, aangezien voor een aantal producten de transportkosten namelijk minder belangrijk zijn geworden. De centrale ligging van de productie eenheden is dan ook minder doorslaggevend geworden. Dit geldt voor een aantal hoogtechnologische producten, maar ook voor traditioneel Vlaamse producten als textiel. De lage loon landen kunnen dankzij de vermindering van de handelsbelemmeringen in Europa en in de wereldeconomie ook hun natuurlijke concurrentiepositie voor de productie van arbeidsintensieve producten beter benutten.

Tot slot dient gesteld te worden dat de Europese Unie het de regionale overheden steeds moeilijker maakt om door gebruik te maken van subsidies, buitenlandse investeerders aan te

trekken. Het Europese beleid is gericht om concurrentievervalsing tussen de lidstaten te verminderen.

De buitenlandse investeerders vragen van de overheid een verlichting van de fiscaliteit, een vermindering van de sociale lasten en een versoepeling van de arbeidswetgeving. Of de overheid deze eisen kan inwilligen en zo van België terug een aantrekkelijk land te maken voor buitenlandse investeerders zal enkel de toekomst kunnen uitwijzen.

Aan Professor Leo Sleuwagen werd gevraagd commentaar te geven op deze trends. Volgens hem schuilen er heel wat pijnpunten achter de statistieken. Ten eerste merkt hij op dat nieuwe buitenlandse investeringen in België zich onvoldoende vertalen in nieuwe werkgelegenheid. Buitenlandse investeerders komen dus eerder met kapitaalintensieve projecten dan met arbeidsintensieve projecten naar België. Dit lijkt nogmaals te bevestigen dat de hoge Belgische loonkost een belangrijke concurrentiële handicap blijft.

Verder heeft België volgens Prof. Sleuwagen nood aan een globale visie op het aantrekken van buitenlandse investeringen. Prioriteit daarbij moet gaan naar relevante greenfield projecten die als groeipolen kunnen fungeren en een belangrijk multiplicatoreffect hebben zowel inzake jobcreatie als inzake het aantrekken van additionele sectoren. De overheid dient beter in te spelen op de strategische noden van de grote investeerders.

Tot slot besluit Prof. Sleuwagen dat diversificatie belangrijk is voor het blijven aantrekken van buitenlandse investeerders. België dient zich te focussen op het aantrekken en versterken van strategische functies zoals de hoofdkwartieren, de logistieke functies en onderzoek en ontwikkeling (O&O). Door de recente overheidsmaatregelen heeft België reeds een inhaalbeweging ingezet, maar deze inspanningen moeten in de toekomst verder worden versterkt.

9. Directe buitenlandse investeringen in België

Op basis van een studie gevoerd door de Nationale Bank van België zullen de volgende paragrafen een duidelijk beeld schetsen van de directe buitenlandse investeringen van het buitenland in België en van België in het buitenland. De resultaten van de studie zijn enerzijds gebaseerd op de gegevens in de betalingsbalans met betrekking tot directe buitenlandse

investeringen en anderzijds de resultaten van een jaarlijkse enquête bij de Belgische ondernemingen die deelnemingsverbanden hebben met het buitenland.

Uit de studie blijkt dat zowel de directe buitenlandse investeringen van België grotendeels de evolutie van de directe buitenlandse investeringen op wereldschaal weerspiegelen. Zowel de directe buitenlandse investeringen van België in het buitenland als die van het buitenland in België, kenden een sterke toename tegen het einde van de jaren 1990. Daarop volgende een afname van de directe buitenlandse investeringen in het begin van de jaren 2000. In de jaren 2003 en 2004 werd er een heropleving van deze stromen opgetekend, die gevolgd werd door een inkrimping in 2005.

De directe buitenlandse investeringen van België kennen wel een aantal bijzondere kenmerken. Zo is er een verschil in samenstelling tussen de inkomende en uitgaande stromen. De ingaande stromen van buitenlandse directe investeringen bestaan vooral uit injecties in vennootschapskapitaal, terwijl de investeringen van Belgische ondernemingen in het buitenland veel meer de vorm aannemen van leningen tussen bedrijven. De in – en uitstroom van directe buitenlandse investeringen in België was in 2005 goed voor respectievelijk 3,4 en 3,2 procent van de wereldstromen. In verhouding tot het Bruto Binnenlands Product (BBP) bedroegen de BDI van België gemiddeld 9 procent voor de inkomende en 8,2 procent voor de uitgaande stromen. Deze percentages overstijgen ruimschoots het gemiddelde van de Europese landen. Dit hoge percentage is te verklaren door het open karakter van de Belgische economie.

Zoals in de vorige paragraaf reeds aangehaald liggen de directe buitenlandse investeringen van het buitenland in België ruimschoots boven het Europese gemiddelde. Dit is vooral te wijten aan de aanwezigheid van coördinatiecentra¹² in België. Deze centra zijn goed voor zo'n 35 procent van alle directe buitenlandse investeringen in België. Als men de cijfers van de coördinatiecentra wegneemt uit de directe buitenlandse investeringsstromen, dan is er

¹² Het is een bedrijf dat onderdeel is van een multinational, waarvoor het administratieve en vooral financiële taken uitvoert. Het is zowat de bankier van de groep. In 1982 vaardigde de Belgische regering een koninklijk besluit uit dat een bijna volledige vrijstelling van belastingen verleende aan deze centra, dit met het doel om banen te scheppen. (Bron: http://mineco.fgov.be/enterprises/vademecum/Vade23_nl-06.htm#P616_86599)

sprake van een quasi nulgroei van de directe buitenlandse investeringen van het buitenland in België. Dit gegeven wijst erop dat België moeilijk nieuwe opportuniteiten weet te concretiseren waardoor de investeringen van multinationals elders zullen gebeuren. Als deze tendens zich de volgende jaren doorzet zal dat het groeipotentieel van de economie schaden, aangezien directe buitenlandse investeringen de katalysatoren van de economische ontwikkeling zijn. De statistieken tonen bovendien nog aan dat een groot deel van de gevestigde buitenlandse filialen in België actief is in arbeidsintensieve industriële sectoren, waar de hoge loonkosten mogelijk een rem kunnen betekenen voor de ontwikkeling van nieuwe activiteiten of voor het behoud van de reeds bestaande activiteiten.

De studie toont aan dat de expansie van de internationale activiteiten van de Belgische ondernemingen steviger verloopt dan de ontwikkeling van hun activiteiten in België. Een voorbeeld van deze internationale expansie is de tewerkstellingsgraad buiten het nationale grondgebied. Dit cijfer bedroeg in 2005, 259.000 personen of 11 procent van de tewerkstelling door ingezetenen bedrijven. Kenmerkend voor de Belgische directe buitenlandse investeringen is dat ze vooral geconcentreerd zijn in andere ontwikkelde landen met relatief gelijkaardige economische kenmerken (Nationale Bank van België, 2007).

HOOFDSTUK 4: EMPIRISCH ONDERZOEK: “ZORGEN HANDELSMISSIES VOOR INVESTERINGEN IN BELGIË?”

De kern van dit werk is het empirische gedeelte. Dit deel zal aantonen of handelsmissies al dan niet een positief effect hebben op investeringen op de Belgische markt.. Verder werd er bij de ondervraagde ondernemingen gepeild naar hun meningen over het nut van de delegatie ministers of diplomaten en over de aanwezigheid van leden van de Koninklijke familie op een handelsmissie. Dit onderzoek geeft meer zicht op de motieven die Belgische ondernemingen hebben om te participeren aan een handelsmissie en wat zij werkelijk belangrijk vinden tijdens een handelsmissie (vergelijken met de motieven die er zijn om DBI te doen). Er werd ook nagegaan of er sprake was van een omzetsijging in de jaren nadat de onderneming op handelsmissie geweest was. Er is ook onderzocht of de buitenwereld vooral geïnteresseerd is in een investering in één bepaalde Belgische regio, al dan niet in het hele Belgische grondgebied. Tot slot worden nog enkele adviezen geformuleerd, gericht aan de organisatoren van de handelsmissies, die in de toekomst moeten zorgen voor een betere organisatie van de handelsmissies.

1. Methodologische inleiding op het empirisch onderzoek

Een empirisch onderzoek is gebaseerd op een wetenschappelijk onderzoek. In dit eerste deel krijgt de lezer van dit werk een methodologische inleiding die geleid hebben tot de resultaten van het onderzoek. Deze inleiding zal zowel de cijfers bespreken als de gebruikte analyse methode.

De resultaten zijn gebaseerd op de antwoorden van 79 Belgische ondernemingen die in de periode tussen 2002 en 2004 aan een officiële handelsmissie hebben deelgenomen. Initieel is de enquête verstuurd naar 553 ondernemingen. De lijsten van de ondernemingen die reeds deelnamen aan handelsmissies, werden gehaald op de website van het Agentschap voor Buitenlandse Handel.

Voor de start van het onderzoek werd er getracht om een responsgraad te verkrijgen van minstens tien procent, alsook om de tien procent responsgrens te behalen per regio. Zoniet zou het onderzoek niet representatief. De onderstaande tabel geeft een overzicht van de verschillende regio's, met hun antwoordpercentage graad.

Tabel VII: Gegevens empirisch onderzoek

	Aangeschreven	Geantwoord	Uitgedrukt in procent
Vlaanderen	251	43	17 %
Wallonië	150	21	14 %
Brussel	152	15	10 %
Totaal	553	79	14 %

Bron: eigen onderzoek, 2007

De resultaten die in dit werk zijn opgenomen zijn een bundeling van steeds weerkerende antwoorden die de ondervraagde ondernemingen gaven op de enquête. Er werd bij elke vraag gezocht naar verbanden en structuren tussen de verschillende antwoorden. De resultaten zullen vaak bekeken worden in functie van de reeds beschreven theorie in voorgaande hoofdstukken. Verder zullen de resultaten worden aangevuld door eigen ervaringen die de auteur in de loop van het schrijven van deze masterproef heeft opgedaan en die zijn eigen licht geven op het onderzochte onderwerp.

2. Formulering van de onderzoekshypothese en onderliggende assumpties

De verkorte onderzoeksvraag luidde als volgt: “Zorgen handelsmissies voor investeringen in België?” Men kan echter bij deze vraag een aantal assumpties maken die hieronder verder zullen toegelicht worden. Op basis van deze assumpties werd het empirische onderzoek gevoerd en zullen de resultaten besproken worden.

De assumptie die men zich onmiddellijk kan maken is de vraag wat het concept handelsmissie exact inhoudt daar er geen eenduidige definitie van bestaat. De reden hiervoor ligt waarschijnlijk in de verschillende doelen en motieven die er zijn om aan een handelsmissie deel te nemen. Het is een begrip dat steeds voor interpretatie vatbaar is. In de onderzoeksvraag werd reeds een operationele definitie van het begrip gegeven. Het onderzoek peilde naar een scherpere definitie, door de ondervraagde ondernemingen het begrip te laten definiëren. Vervolgens werd er een selectie gemaakt uit de verkregen definities, die de lezer een breder beeld dienen te geven over de inhoud van het begrip. Het brede beeld wordt tot slot vernauwd door zelf een algemene definitie te geven.

Een tweede assumptie die men zich kan maken, gaat over de doelstellingen van de ondernemingen bij deelnamen aan een handelsmissie. Op welke criteria evalueren de ondernemingen het welslagen van de handelsmissie? Er zal ook een verband worden gelegd tussen de stijging van het omzetcijfer, als doelstelling, en de deelname aan een handelsmissie.

Nauw aanleunend bij de vorige assumptie, kan een derde assumptie gemaakt worden als men dieper ingaat op de motieven van de handelsmissie. Een onderneming die deelneemt aan een handelsmissie om de markt af te tasten door verkennende gesprekken te houden en de handelsmissie verder ziet als een marktexplorerend middel, zal de handelsmissie niet evalueren op basis van de contracten die zij hebben afgesloten. De ondernemingen hebben verschillende motieven die hun deelname aan een handelsmissie verklaren. Deze motieven zullen verder worden toegelicht.

Een vierde assumptie ligt in de begeleiding op een handelsmissie. Hoe worden de deelnemende bedrijven begeleid tijdens hun handelsmissie en in welke mate hebben de deelnemers de mogelijkheid om verschillende persoonlijke contacten te leggen met potentiële plaatselijke handelspartners. Op basis van deze antwoorden zal de aanpak van de organiserende instanties worden geëvalueerd.

Tot slot, de vijfde assumptie die zich stelt handelt over de verschillen tussen de Federale en regionale handelsmissies op vlak van belangrijkheid en omvang van de missie en de efficiëntie en de aandachtspunten tijdens de missie. Verder zal uitvoerig het nut van de leden van de Koninklijke familie, de ministers en de diplomaten besproken worden. Dit deel wordt afgesloten door de regionalisering van de buitenlandse handel in vraag te stellen.

3. Resultaten

In dit deel zullen op basis van de assumpties die zich gesteld hebben in het vorige punt, de antwoorden worden geformuleerd die bekomen werden na de analyse van de antwoorden van de ondervraagde ondernemingen.

3.1 Het begrip ‘handelsmissie’

Het begrip handelsmissie is een vaag begrip. Een eenduidige definitie voor dit concept bestaat niet. Daarom zullen de volgende paragrafen een overzicht geven van de diversiteit in definiëring, vermeld door de ondervraagde bedrijven. Men kan er duidelijk de aandachtspunten van de verschillende bedrijven in opmerken. Op het einde van het overzicht is getracht de informatie uit de massa’s definities te verwerken in één duidelijke definitie van het concept. Deze algemene definitie zal dan vergeleken worden met de operationele definitie die reeds in de onderzoeksvraag vermeld staat.

“Het laat KMO’s toe om mensen van het hoogste niveau te ontmoeten, die via een privé bezoek niet zouden mogelijk zijn.”

“Ontdekking met sector- en/of regio-genoten van een specifieke regio/land/markt, al dan niet met politieke/diplomatieke “sponsors”, ter eerste verkenning of verdere uitbreiding van zakenopportuniteiten.”

“Een handelsmissie is een zakenreis, die samengesteld is uit vertegenwoordigers uit de politieke wereld en het zakenleven, naar het buitenland met als doel om nieuwe commerciële partners te vinden.”

“Een aantal interessante contacten/introducties/bedrijfsbezoeken bundelen tijdens een door de overheid georganiseerde zakenreis voor een specifieke doelgroep in een land waar de ondernemers uit het land van oorsprong meer zaken mee wensen te doen al dan niet vergezeld van één of meerdere prominenten.”

“Contacten leggen met nieuwe potentiële klanten en/of persoonlijk kennis maken met de vertegenwoordigers van bedrijven waarmee reeds telefonisch of via e-mail contact werd opgenomen.”

“Het leggen van contacten met gescreende bedrijven werkende in de gevraagde sector in een land buiten België en tevens contact leggen met de lokale, regionale en nationale politiek om zo beslissingen te kunnen nemen.”

“Het opsporen van handelsoportunities in het buitenland, door de gescreende potentiële partners ter plaatse te ontmoeten. Zo kan je pas begrijpen hoe zij te werk gaan en in welke omgeving.”

“Promotie van de producten in het buitenland door een zekere ‘publiciteit’ rond de organisatie van de handelsmissie in het buitenland. Zoiets gaat in het buitenland nooit onopgemerkt voorbij.”

“Een handelsmissie, sectorieel of algemeen, wordt georganiseerd door een federale of regionale instelling en verzamelt de ondernemingen die een nieuwe markt voor de eerste keer wensen te bezoeken. Verder dient een handelsmissie om de reeds bestaand contacten verder uit te diepen, met de hulp van de plaatselijke diplomaten of handelsattachés, die over een uitstekende kennis beschikken van het land, waardoor er zeer snel contacten kunnen gelegd worden. Voor het grotendeel van de ondernemingen, draagt een handelsmissie een officieel karakter met zich mee, waardoor er deuren opengaan die anders gesloten zouden blijven.”

“Een door de Belgische overheid georganiseerde prospectiereis.”

Men kan opmerken dat de verschillende bedrijven andere accenten leggen in hun definitie. Daarom zal er nu getracht worden een algemene definiëring van het begrip handelsmissie te formuleren.

“Een handelsmissie is een sectoriele of multi-sectoriele zending georganiseerd door één van de gewestregeringen, door de federale regering, of door de samenwerking van de verschillende regeringen met als doel ondernemingen de kans te geven buitenlandse markten te ontdekken op vlak van consumentenvoorkeur maar evenzeer op vlak van wetgeving, plaatselijke contacten op te bouwen of verder uit te diepen, hun producten in het buitenland te promoten en samenwerkingscontracten af te sluiten met plaatselijke partners.”

Als men deze algemene definiëring gaat vergelijken met de operationele definitie (cf onderzoeksvraag) dan merkt men enkele verschillen. Cruciaal in de formulering van een handelsmissie is dat ze tot stand komt door toedoen van een regering. Hetzij een gewest regering, of de federale regering. Een handelsmissie kan niet plaatsvinden door toedoen van uitsluitend zakenmensen. De ontmoetingen met de plaatselijke bedrijven worden voorbereid

door de organiserende instanties (FIT, AWEX, Brussels Export, ABH). De operationele definitie bevat tot slot nog een doelstelling die niet strookt met het werkelijke economische belang van een handelsmissie, door het oog van de bedrijfswereld. Tijdens een handelsmissie heeft de bedrijfswereld haast geen interesse om met een buitenlandse onderneming over synergie te praten. Het gaat in de eerste plaats om marktprospectie, contacten leggen met potentiële partners en exportbevorderend gaan werken door de promotie van hun producten.

3.2 Doelstellingen tijdens een handelsmissie

De tweede assumptie bestaat uit twee nauw aan elkaar hangende onderdelen. Het eerste deel gaat na welke doelstellingen door de ondervraagde ondernemingen als het meest belangrijke worden ervaren tijdens een deelname aan een handelsmissie. Waarna de link zal besproken worden tussen de stijging van het omzetcijfer en de link met de deelname aan een handelsmissie.

De stellingen in vraag vijf van het onderzoek (zie bijlage 2), over de doelstellingen die moesten gerealiseerd worden tijdens een handelsmissie, zijn gebaseerd op de theorie uit hoofdstuk twee. Concreter gesteld, enerzijds de voordelen van internationale handel en anderzijds het volledige proces van een handelsmissie. Uit de verkregen respons werd er getracht de voordelen van internationale handel te linken aan de doelstellingen die tijdens een handelsmissie dienen bereikt te worden.

Aan de ondernemingen werden enkele voordelen van internationale handel voorgelegd, die ze op basis van de te realiseren doelstellingen tijdens een handelsmissie dienden te rangschikken naar belangrijkheid. Op nummer één kwam het meest belangrijke op nummer zeven het minst belangrijke. De volgende tabel is de samenvattende tabel van alle ondervraagde ondernemingen. Voor een uitsplitsing van de gegevens naar de regio's toe, verwijs ik naar bijlage 3.

Tabel VIII: Doelstellingen van handelsmissies gerangschikt naar hun belangrijkheid
(Algemeen)

Doelstellingen	Rangschikking naar belangrijkheid
Contacten leggen met potentiële buitenlandse partners	164
Vertrouwensrelatie opbouwen	228
Onderzoek voeren naar potentiële afzetgebieden	250
Handelscontracten afsluiten	271
De export bevorderen	307
Economische situatie van het land evalueren	316
België promoten als logistieke uitvalsbasis	424

Bron: Eigen onderzoek, 2007

De getallen die vermeld staan in de rechterkolom is de optelsom van de cijferwaarden gegeven door de ondernemingen aan de verschillende doelstellingen. Hoe kleiner de waarde, hoe belangrijker in de ogen van de ondernemingen. Uit deze gegevens zullen twee belangrijke zaken besproken worden. Enerzijds zullen de twee belangrijkste doelstellingen summier worden verklaard, anderzijds zullen de doelstellingen relevant voor de onderzoeksvraag nader worden toegelicht.

Volgens de Belgische ondernemingen zijn ‘contacten leggen met potentiële buitenlandse partners’, en ‘vertrouwensrelaties opbouwen’ de meest belangrijke doelstellingen tijdens een handelsmissie. Het al dan niet nakomen van deze doelstellingen zal het welslagen van de handelsmissie bepalen. Beide doelstellingen zijn trouwens perfect verklaarbaar. Vaak zijn de deelnames aan een handelsmissie voor een onderneming het eerste contact met die buitenlandse markt. Door de handelsmissie krijgen de ondernemingen de mogelijkheid om op een snelle en efficiënte manier veel contacten te leggen met speciaal voor hen gezochte buitenlandse ondernemingen. Wat de uiteindelijke resultaten zijn hangt volledig af van de onderneming zelf. De tweede meest belangrijke doelstelling volgens de ondernemingen is het opbouwen van vertrouwensrelaties. Vertrouwen is inderdaad een cruciaal punt als het gaat over internationale handel. Het vertrouwen wordt opgebouwd door regelmatig terug te keren naar het bezochte land en persoonlijk de contacten te blijven onderhouden. Daarom is de opvolging na een handelsmissie zo belangrijk tot het welslagen van een potentiële

handelsovereenkomst. De extra kosten die de opvolging met zich meebrengt dient gezien te worden als een investering. Zonder deze noodzakelijke investering is het immers niet mogelijk om aan marktexploratie te doen en op termijn handelscontracten af te sluiten. De opvolgingsinvesteringen zijn dus verantwoorde kosten (cf Uitgeschreven proces van de handelsmissie).

In deze masterproef wordt voor het begrip ‘investeren in een land’ uitgegaan van het tweeluik, export en directe buitenlandse investeringen. Deze twee doelstellingen staan respectievelijk op de vijfde en de laatste plaats in het lijstje van doelstellingen die de ondernemingen het meest belangrijk vinden tijdens een handelsmissie.

De primaire doelstelling van een handelsmissie, volgens de ondervraagde ondernemingen, ligt niet in het afsluiten van handelscontracten. Een contract afsluiten tijdens een handelsmissie is meestal niets meer dan het bespreken van enkele details en dan onder grote media-aandacht de handtekeningen plaatsen onder het contract. Wat niemand ziet is het werk dat vooraf gegaan is aan die ondertekening. De bedrijven hebben al geruime tijd op voorhand contact met elkaar gezocht, zijn met elkaar beginnen onderhandelen en hebben in die periode een vertrouwensrelatie opgebouwd. De ondertekening van het contract, onder toezien van internationale media belangstelling is een kroon op het geleverde werk van maanden voordien. Daarom dat het afsluiten van contracten zo laag scoort bij de ondernemingen. De contracten hoeven niet worden afgesloten tijdens een handelsmissie, zolang ze maar binnen een afzienbare tijd afgesloten worden. Ondernemingen die voor een eerste maal deelnemen aan een handelsmissie, moeten zich dus geen illusies maken om onmiddellijk contracten te gaan afsluiten tijdens een handelsmissie.

Het aantrekken van directe buitenlandse investeringen is de minst belangrijke doelstelling voor een onderneming tijdens een handelsmissie. Dit is erg logisch aangezien de ondernemingen er zelf geen baat bij hebben om buitenlandse investeerders in België te laten investeren, tenzij het gaat om een joint venture opgericht in België. De doelstelling tot het promoten van België als logistieke uitvalsbasis moet eerder liggen bij de overheden die er wel baat bij hebben. Een toename van de directe buitenlandse investeringen, alsook een toename van de export, zouden leiden tot een verhoging van het nationale inkomen van België. Wat finaal leidt tot een hogere welvaart voor het land. Het is zo dat bij de start van het onderzoek, werd uitgegaan van het standpunt dat ondernemingen tijdens een handelsmissie weldegelijk

gingen trachten directe buitenlandse investeringen naar België te halen. In de eerste plaats werd er toen gedacht aan de creatie van synergie tussen een Belgisch en een buitenlands bedrijf in België zelf. De praktijk wijst echter uit dat de ondernemingen dit niet de belangrijkste doelstelling vinden tijdens een handelsmissie. Het promoten van directe buitenlandse investeringen wordt door hen in de eerste plaats gezien als een taak van de overheid.

Verwijzend naar de motieven om over te gaan tot directe buitenlandse investeringen en de attractiviteit van België als investeringsland (cf Hoofdstuk 3), kan men stellen dat buitenlandse bedrijven niet onmiddellijk geneigd zullen zijn om in België te investeren. De overheid dient hiermee rekening te houden tijdens haar promotiecampagne in het buitenland. Misschien wel het belangrijkste motief dat niet aanwezig is in België, is de lage loonkost (cf Hoofdstuk 3, Resource seeking). Dit motief kan door de overheid al niet gebruikt worden in haar promotiecampagne. Wel zou de overheid de buitenlandse ondernemingen kunnen verleiden door ze een belastingvoordeel toe te kennen. Het inkomstenverlies dat de overheid treft zou op de volgende manier kunnen gecompenseerd worden.

Men blijft in de eerste plaats uitgaan van een constante indirecte belasting. Als overheid geeft men meer toe op buitenlandse ondernemingen die zich wensen te vestigen in België. De buitenlandse onderneming zal een investering doen in België die zal leiden tot een hogere werkgelegenheid. Deze surplus aan werkgelegenheid zal aanleiding geven tot een hoger nationaal inkomen, waardoor er dus meer welvaart optreedt in België. Het surplus aan creatie in welvaart dat de consument bezit, zal hij aanwenden om te sparen (spaarbehoefte) en om extra te gaan consumeren. Op deze extra consumptie betaalt de consument indirecte belastingen, op het initiële niveau. Deze belasting is dan een surplusbelasting en dus ook een surplus inkomst. De overheid had deze surplus inkomst namelijk nooit ontvangen bij een gelijklopend nationaal inkomen en welvaartsniveau. Deze manier zou de overheid toelaten om het verlies aan inkomsten uit buitenlandse investeringen goed te maken door het binnenlandse belastingssurplus.¹³

¹³ Deze hypothese is gebaseerd op eigen redeneringen over het verlies aan inkomsten indien de overheid zou toegeven op buitenlandse ondernemingen die in België willen investeren.

Het tweede deel dat handelt over het nut van de handelsmissie is de link tussen de handelsmissie zelf en met een stijging in het omzetcijfer. Vooraleer van start kan gegaan worden met de analyse, dient opgemerkt te worden dat het hier gaat over de analyse van een “bedreigende vraag”¹⁴, waardoor de antwoorden van de ondervraagde ondernemingen niet noodzakelijk overkomen met de werkelijkheid.

Bij de analyse van de antwoorden valt onmiddellijk op dat er haast geen enkele onderneming een omzetzakende als gevolg van de handelsmissie. Ook tussen de regio's zijn er geen verschillen. Het buitenland heeft geen preferentie in een welbepaalde regio om in te investeren. Uit de reacties van de ondernemingen blijkt dat we voor het buitenland een kleine afzetmarkt zijn (zelfs als natie in vergelijking met grootsteden) dus daarvoor minder belangrijk zijn. Er zijn heel weinig landen waar ze de staatsstructuur van ons land kennen. De overgebleven ondernemingen kenden ofwel een stijging van hun omzetcijfer of daar bleef het omzetcijfer constant. De verdeling onderling is ongeveer de helft waar het gelijk bleef en de helft waar het steeg. Het is echter onduidelijk in welke mate de handelsmissie heeft bijgedragen tot de stijging van het omzetcijfer van de ondernemingen. Dit zijn gegevens die enkel de onderneming zelf kan bepalen. Wel kan er gesteld worden dat alle ondernemingen die vermeldden dat ze contracten hadden afgesloten op de handelsmissie een stijging kenden van hun omzetcijfer in de jaren volgende op de handelsmissie.

Het is vanzelfsprekend dat de effecten van handelsmissies op het omzetcijfer van de ondernemingen niet onmiddellijk zichtbaar zijn, daarom werd er gekozen om de ondernemingen te ondervragen die tussen 2002 en 2004 aan een handelsmissie hebben deelgenomen. In het onderzoek werd aan de ondernemingen gevraagd om de link aan te tonen tussen hun deelname aan de handelsmissie en de stijging van hun omzetcijfer.

De meeste onder hen gingen deze link aantonen door te argumenteren dat ze op de handelsmissie contracten hadden kunnen afsluiten, dat ze lange termijn relaties hebben afgesloten met buitenlandse partners of dat ze een verhoogde verkoop kenden na deelname. Dit zijn inderdaad factoren die op termijn het omzetcijfer kunnen bepalen. Maar concrete resultaten die een link verklaren tussen enerzijds de handelsmissie en anderzijds een stijging

¹⁴ Vragen die peilen naar thema's die de respondent als te persoonlijk ervaart kunnen leiden tot een hoge non-respons of tot sociaal wenselijke antwoorden (De Pelsmacker, 2006).

van het omzetcijfer zijn moeilijk opspoorbaar. Handel is namelijk geen exacte wetenschap, waar men de effecten van ondernomen acties kan gaan meten op het omzetcijfer. Een omzetsijging is het gevolg van de product – markt combinatie van het bedrijf alsook van de constante ondersteuning en investering in de producten. Een omzetcijfer is geen waardemeter om te kunnen spreken over het al dan niet slagen van een handelsmissie. Er zijn te veel factoren die het omzetcijfer rechtstreeks of onrechtstreeks beïnvloeden.

3.3 Motieven om deel te nemen aan een handelsmissie

Tijdens een handelsmissie verschilt elke onderneming van elkaar. Ondernemingen mogen dan wel in dezelfde sector zitten, of concurrenten van elkaar zijn, toch bestaan er heel wat verschillen tussen de verschillende ondernemingen. Zo kunnen er langs de ene kant ondernemingen zijn die voor de eerste maal meegaan op handelsmissie en ondernemingen die reeds meer ervaring hebben. Men heeft ondernemingen die reeds actief zijn in het bezochte land en dieper de markt willen penetreren en men heeft ondernemingen die tijdens de handelsmissie vooral aan marktprospectie doen. Verder ook nog ondernemingen die hun bedrijfsnaam willen kenbaar maken in het bezochte land en anderzijds ondernemingen die met duidelijke verkoopdoelstellingen aan een handelsmissie deelnemen.

Er kan dus gesteld worden dat ook de motieven om deel te nemen aan een handelsmissie zullen verschillend zijn. Verder kunnen de motieven ook nog eens verschillend zijn ten opzichte van het bezochte land.

De antwoorden van de ondernemingen op de enquêtes kunnen in drie grote groepen gecategoriseerd worden. Ten eerste de marktprospectie van het bezochte land, ten tweede de uitbouw van de reeds bestaande contacten en ten derde de introductie bij grote ondernemingen en overheidsinstanties op een hoog niveau. De volgende paragrafen zullen deze drie categorieën meer in detail bespreken (cf “Motieven directe buitenlandse investeringen”, “Voordelen van internationale handel” en “Wet van de comparatieve voordelen”).

Marktprospectie komt vooral voor bij bedrijven die voor de eerste maal aanwezig zijn in het bezochte land. De ondernemingen trachten door de hulp die ze krijgen van de organiserende overheidsinstanties de lokale economie te begrijpen en te evalueren, zodat er op een snelle en efficiënte manier kan gezocht worden naar opportuniteiten voor het bedrijf. Dit kan gaan van

afzetmogelijkheden en het opzetten van nieuwe productiefaciliteiten, tot het zoeken van mogelijke business partners waarmee in de toekomst synergieën kunnen gecreëerd worden. Een niet te onderschatten punt als het gaat om marktprospectie is de detectie van plaatselijke concurrenten. Men dient na te gaan in welke mate de concurrenten reeds controle hebben over de markt en deze basis gebruiken om de strategie te bepalen. Een onderneming kan na een marktprospectie bijvoorbeeld besluiten om zich te beperken tot één welbepaald niche, wegens een te sterke aanwezigheid van plaatselijke concurrenten. Terwijl het initieel de bedoeling was om die buitenlandse markt te gaan betreden met het hele productengamma. Tijdens de prospectie is het ook reeds belangrijk om een zekere naamsbekendheid op te bouwen. Er kunnen reeds de eerste informele contacten gelegd worden. Het is mogelijk om tijdens een handelsmissie heel wat korte introducties te doen, waarin de onderneming haar activiteiten toelicht aan potentiële partnerbedrijven. Marktprospectie komt er tenslotte ook op neer om de politieke situatie van het land te verstaan. De nationale wetgeving, de verschillende soorten belastingsystemen, invoerheffingen op Europese goederen... al deze factoren spelen een belangrijke rol tijdens de marktprospectie.

Uit de antwoorden bleek ook dat reeds bestaande contacten verder uitbouwen een tweede belangrijke categorie is, die de ondernemingen aanhalen als motief om deel te nemen aan een handelsmissie. In de zakenwereld is wederzijds vertrouwen (mutual trust) een belangrijk gegeven. Vertrouwen wordt opgebouwd door jarenlang goed zakelijk samen te werken en geregeld samen te komen om bepaalde problemen uit te klaren. Handelsmissies zijn hiervoor ideale werkinstrumenten. Door de opgebouwde en versterkte vertrouwensband zal automatisch ook het imago van de onderneming in het buitenland versterkt worden. Verder kan men door plaatselijk aanwezig te zijn ook problemen verhelpen of aanslepende kwesties doorduwen en op die manier van de baan helpen.

Volgens de ondervraagde ondernemingen zijn handelsmissies uitermate geschikt om een eerste contact te leggen met een hoge plaatselijke overheidsinstantie of bij een grote plaatselijke onderneming. Een buitenlandse delegatie, zeker als ze onder leiding staat van een lid van de koninklijke familie, wordt door de plaatselijke bedrijfswereld en plaatselijke overheidsinstanties altijd beschouwd als belangrijk. Om die reden zullen ze meer geneigd zijn om mee te werken aan de handelsmissie. Dezelfde contacten bereiken via privé initiatief zou veel tijd en geld kosten. Op die manier opent de handelsmissie dus deuren die anders nooit zouden opengegaan zijn. Ook kaderend in deze categorie zijn de contacten die gelegd worden

tussen de Belgische ondernemingen. Er kunnen zo ook onderling samenwerkingsverbanden gesmeed worden aangezien beide ondernemingen geïnteresseerd zijn om te investeren in een zelfde regio, waardoor er kan geprofiteerd worden van synergie effecten.

3.4 Begeleiding tijdens een handelsmissie

Het al dan niet slagen van een handelsmissie hangt naast het voorbereidende werk van de onderneming en de opvolging van de handelsmissie, ook af van de begeleiding van de ondernemingen tijdens de handelsmissie (cf “Hoofdstuk 2, Uitgeschreven proces van een handelsmissie”). Concreet wordt hiermee bedoeld, welke de contacten zijn die de organiserende overheidsorganisatie voor de deelnemende bedrijven heeft geregeld. Deze organisaties (cf Hoofdstuk 2, ABH, FIT, AWEX, Brussels Export) doen dit op basis van het profiel van de deelnemende onderneming en op basis van de marktkennis van de economische vertegenwoordigers ter plaatse. Er worden bedrijven uitgezocht en het bezoek wordt voor de onderneming geregeld. Elke onderneming heeft een persoonlijk programma dat voor hen wordt opgesteld. Het is zo dat de deelnemende onderneming nooit op voorhand weet hoe het programma van de handelsmissie er voor haar zal uitzien. Op deze manier willen de organiserende organisaties vermijden dat er door de ondernemingen zelf op voorhand al een selectie gemaakt wordt, van de bedrijven waarmee ze een onderhoud wensen.

Aangezien haast alle gecontacteerde ondernemingen op een handelsmissie reeds persoonlijke contacten hebben kunnen leggen met buitenlandse bedrijven, kan men besluiten dat de aanpak van de organiserende overheidsinstanties blijkt te werken.

Van de ondervraagde ondernemingen hebben er reeds een groot deel contracten kunnen afsluiten op de handelsmissie. Dit is een goede zaak voor de Belgische economie, aangezien internationale handel welvaart creëert (cf “Hoofdstuk 2, Voordelen van internationale handel”). Uit het onderzoek blijkt dat er geen verband bestaat tussen de grootte van de onderneming en de kans dat ze contracten afsluiten. Of er al dan niet een contract wordt afgesloten, zal in de eerste plaats afhangen van de interesse die de plaatselijke markt heeft. Deze interesse kan liggen in het product, in de ontwikkelde innovatie, of in de markt waarin de bezoekende bedrijven zich bevinden. Het is voor een onderneming van cruciaal belang om tijdens een handelsmissie de producten en de innovaties dat het in haar gamma heeft te promoten in het bezochte land. Het warm maken van potentiële buitenlandse ondernemers

voor een welbepaalde sector is eerder een taak die de overheid (federale, of regionale) op zich moet nemen. Verwijzend naar de federale initiatieven ter bevordering van de internationale handel in hoofdstuk 2, kan dit onder meer gebeuren bij wijze van networking cocktails, organisatie van recepties, etc.

Zoals reeds vermeld speelt niet de grootte van het bedrijf de cruciale factor bij het afsluiten van contracten tijdens een handelsmissie, maar wel het aangeboden goed. Buitenlandse ondernemingen zijn enkel geïnteresseerd in goederen die innovatief, uniek en nuttig zijn. Voor de toekomst van de Belgische economie is het dus noodzakelijk om meer te investeren in Onderzoek en Ontwikkeling (O&O). Hoe meer innovatie er ontwikkeld wordt in België, hoe meer dit kan worden uitgevoerd. Dit zorgt op zijn beurt dan weer voor een stijging van de internationale handel en dus ook van het welvaartsniveau van België.

3.5 Verschillen tussen Federale en Regionale handelsmissies

Tussen een regionale handelsmissies en federale handelsmissies bestaan er enkele belangrijke verschilpunten op vlak van belangrijkheid en omvang van de missie, de efficiëntie en de aandachtspunten tijdens de missie.

Elke ondervraagde onderneming is het eenduidig eens dat een federale handelsmissie op vlak van belangrijkheid de regionale overstijgt. Dit is te wijten aan de deelname van leden van de Koninklijke familie. De federale missie staat meestal onder leiding van Prins Filip van België. Een federale handelsmissie zal ook een andere doelgroep, een verschil in zakencontact, bereiken tijdens de handelsmissie. Waar regionale handelsmissies eerder zullen werken met netwerk contacten, zijnde beroepsfederaties en concrete potentiële business partners, handelen de federale missies eerder in het kader van diplomatieke contacten en contacten op hoog niveau. Een deelname aan een regionale handelsmissie maakt het erg moeilijk om door te dringen tot op het allerhoogste niveau in dat land. Een regionale minister werpt meestal niet genoeg gewicht in de schaal om plaatselijke regeringsleiders, of grote ondernemingen rond de tafel te krijgen voor een onderhoudend gesprek. Op een federale missie, door de aanwezigheid van Prins Filip, lukt dit wel. De aanwezigheid van een lid van de Koninklijke familie verhoogt het gewicht en het imago van de missie.

De omvang van de missie verschilt ook tussen de beide soorten van handelsmissie. Door de aanwezigheid van Prins Filip, zullen federale handelsmissies veel meer deelnemers hebben. Vele ondernemingen vinden dat een handelsmissie geleid door Prins Filip extra cachet geeft aan de missie. Het zou een eer zijn om een bedrijf te bezoeken geflankeerd door Prins Filip. Er zijn echter ondernemingen die net door de aanwezigheid van Prins Filip mee gaan op handelsmissie. Hun interesse ligt niet in het bezochte land. Dat zorgt voor een nog grotere omvang van de handelsmissie.

De grootte van de handelsmissie hangt nauw samen met de efficiëntie ervan. Hoe groter de handelsmissie hoe minder persoonlijk contact er kan zijn tussen de deelnemende bedrijven en de potentiële business partners, dus hoe lager de efficiëntie van de missie. De efficiëntie hangt ook van de zakencontacten die op de missies worden besproken. Zo zullen er op de regionale missies veel meer directe contacten met de zakenwereld worden genomen en wordt er door de organiserende overheidsinstanties beter geluisterd naar de noden van de deelnemende ondernemingen. De begrippen 'handel' en 'zakendoen' staan centraal op een regionale missie. De federale handelsmissie verliest haar efficiëntie in de eerste plaats door de omvang van de missie. Het overgrote deel van de ondervraagde ondernemingen hekelt het feit dat op federale handelsmissies het protocol en de diplomatieke belangen voorrang krijgen op de economische belangen. De kleine en middelgrote ondernemingen (KMO's) die aan dit onderzoek hebben meegewerkt zijn het er over eens dat tijdens een federale missie, de KMO's uit het oog worden verloren en dat er enkel nog aandacht wordt geschonken aan de grotere Belgische firma's en aan Prins Filip.

Samenvattend kan men dus besluiten dat een regionale missie veel efficiënter is, aangezien het een minder grote omvang heeft en er meer gestoeld wordt op professionele contacten die erg doelgericht zijn. De federale missies steunen meer op de diplomatieke contacten tussen twee landen, waardoor de deelnemers en de zakelijke belangen vergeten worden. Dit zijn echter in essentie de twee meest belangrijke aspecten van een handelsmissie.

Men kan men zich nu gaan afvragen of het niet beter is om enkel regionale missies te gaan houden, aangezien deze efficiënter blijken te zijn. En wat brengen de leden van de Koninklijke familie daadwerkelijk bij tot een handelsmissie? Moeten zij blijven deel uit maken van de handelsmissie? De volgende paragrafen zullen hierop een antwoord formuleren.

Er moet niet getwijfeld worden aan de belangrijkheid van een federale handelsmissie alsook niet aan de aanwezigheid van Prins Filip. De aanwezigheid van leden van de Koninklijke familie voegt een verhoogde geloofwaardigheid toe aan de handelsmissie. Automatisch krijgt een prinselijke missie ook plaatselijk meer media aandacht. Waardoor ook grotere bedrijven hun deuren zullen openzetten voor de deelnemers aan de handelsmissie. De leden van de Koninklijke familie zorgen er dus voor dat heel wat buitenlandse ondernemingen hun deuren openen, die anders enkel door heel veel tijd en veel geld zouden kunnen geopend worden. Niet enkel bij de plaatselijke ondernemingen opent de Koninklijke familie deuren, ook op vlak van het bereiken van hoge regeringsleiders brengen zij een toegevoegde waarde met zich mee. Belgische ondernemingen die moeilijkheden hebben met het bekomen van bijvoorbeeld exploitatievergunningen kunnen door de bemiddeling van Prins Filip sneller aan zulke vergunningen geraken. De leden van de Koninklijke familie werken dus als facilitator voor het leggen van contacten, alsook voor het verkrijgen van faciliteiten. Prinselijke missies kennen bijzonder veel aanzien in landen waar ook nog een monarchie van toepassing is. Het aanzien voor leden van de Koninklijke familie is in deze landen buitengewoon hoog. Ook in Japan en China, en de Aziatische landen in het algemeen, zorgen zij voor een extra toegevoegde waarde.

De prinselijke vertegenwoordiging heeft zoals reeds aangehaald ook enkele nadelen. Deze wegen echter niet op tegen de vele voordelen en zouden zelfs in de toekomst kunnen omgebogen worden tot een voordeel indien men hiermee rekening zal houden. Een handelsmissie heeft als doel om contacten op te bouwen en potentiële klanten ontmoeten. Op een prinselijke missie worden deze doelstelling achteruit geschoven omwille van het protocol. Meer contact tussen de Koninklijke familie en de Belgische bedrijfswereld zou een goede zaak zijn. Het zou automatisch ook betekenen dat de federale handelsmissie zich meer zal gaan richten op de deelnemers. Minder protocol betekent ook dat de organiserende instanties meer tijd hebben om de verschillende dossiers beter voor te bereiden en beter op te volgen.

De Prinselijke invloed op federale handelsmissie is onmisbaar voor de Belgische ondernemingen. Ook al was het niet de kern van het onderzoek, toch werd er bij de ondernemingen gepeild naar de toegevoegde waarde van ministers en diplomaten. Uit de respons kwamen enkele bijzonder interessante feiten naar boven.

Het nut van de diplomaten, handelsattachés en economische vertegenwoordigers staat buiten kijf. Zij zijn de ware experts wat betreft de marktkennis van een bepaalde regio of van een bepaald land. Hun hulp op een handelsmissie is dus essentieel. Over de deelnemende ministers bestaat er ook eenstemmigheid bij de ondervraagde ondernemingen. De politieke vertegenwoordiging is noodzakelijk maar ze dient beperkt te blijven om de transparantie van de missie te verzekeren. Er is ook slechts een deel van de politieke vertegenwoordiging die concreet iets bijbrengt aan de handelsmissie. Momenteel is er een te grote aanwezigheid van de vertegenwoordigers van de verschillende regeringen, waardoor de handelsmissie aan efficiëntie moet inboeten. De grote aanwezigheid van politieke figuren werkt remmend op de resultaten van de handelsmissie. Tijdens een handelsmissie gaat het in de eerste plaats over ‘zaken doen’ en dit moet prioritair blijven. Tot slot geeft de aanwezigheid van de regionale ministers een complex beeld van ons land naar de buitenwereld toe. Dit brengt ons automatisch bij het laatste deel van deze analyse. Heeft het buitenland interesse in één specifieke regio in België?

Enkel in sectoren waar er sprake is van een regionale historische achtergrond, zal het buitenland zich meer toespitsen op een welbepaalde regio. Het gaat hier dan vooral om de tapijt - en de meubelsector voor Vlaanderen. In alle andere gevallen heeft het buitenland volgens de Belgische ondernemingen geen interesse in een welbepaalde regio. De interesse die het buitenland heeft om zaken te doen met België ligt vooral in de interesse naar de mogelijkheden die er bestaan. Niet naar de geografische herkomst van het product of van de innovatie. In de zakenwereld gaat het om zaken doen, gemeenschappen, gewesten of regio's spelen daarin geen enkel belang. Bovendien is de Belgische staatsstructuur veel te ingewikkeld om door buitenlanders begrepen te worden. De inspanningen die de regionale organisaties nemen ter promotie van een gewest zijn dus te vergeefse moeite. Men kan zich dan gaan vragen stellen bij de regionalisering van de buitenlandse handel. De aanwezigheid van de vele ministers werkt verstikkend voor de economische contacten tijdens een handelsmissie. Was de regionalisering van de buitenlandse handel wel nodig (cf “Hoofdstuk 2, Van Unitaire Staat naar een Federaal Koninkrijk”)?

BESLUIT

Het doel van de hele masterproef was om finaal een antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag. “Onderzoek naar het effect van handelsmissies op buitenlandse investeringen op een Belgische markt.” Deze onderzoeksvraag werd vereenvoudigd naar “Zorgen handelsmissies voor investeringen in België?”

De eerste drie hoofdstukken vormden een algemene inleiding, dat de lezer van deze masterproef een beter beeld diende te geven over begrippen als daar zijn: export, directe buitenlandse investeringen, de Belgische staatshervorming, regionale en federale organisaties die de export bevorderen, handelsmissie. Al deze theorie kwam terug in het empirische onderzoek dat als doel had opheldering te brengen over de onderzoeksvraag.

Het begrip investeren van waaruit deze masterproef uitgaat, bestaat uit twee onderdelen, enerzijds het deel export, anderzijds het deel directe buitenlandse investeringen. Teruggrijpend naar de onderzoeksvraag, kan gesteld worden dat enkel handelsmissies het exportluik kunnen beïnvloeden. Het belang van directe buitenlandse investeringen op de Belgische markt, zijn tijdens de handelsmissie van ondergeschikt belang. De overheid zal dus in de toekomst nog meer maatregelen dienen te nemen, om buitenlandse investeringen aan te trekken. De handelsmissie dient voor de Belgische ondernemingen in de eerste plaats om onbekende buitenlandse markten te verkennen en om vertrouwensrelaties op te bouwen met potentiële business partners. Het afsluiten van handelscontracten, exportbevorderend, is tijdens de handelsmissie van minder belang. De kans dat men namelijk op een handelsmissie reeds een handelscontract afsluit is bijzonder klein. Er dient eerst een vertrouwensrelatie opgebouwd worden tussen de verschillende handelspartners vooraleer er kan worden gesproken over handelsovereenkomsten.

Een onderneming die reeds contacten heeft opgebouwd in het buitenland kan door een goede timing, het handelscontract tekenen tijdens de handelsmissie. De ondertekening van het contract, eventueel in bijzijn van een lid van de Koninklijke familie, zal steeds zorgen voor een verhoogde internationale media aandacht.

Op deze manier komt men bij het nut van de leden van de Koninklijke familie. Al de federale handelsmissies staan onder leiding van Prins Filip van België. De media heeft Prins Filip

verschillende malen veroordeeld op basis van zijn uitspraken. De daden die hij echter heeft betekend voor het Belgische bedrijfsleven worden verzwegen. Door toedoen van Prins Filip, kunnen veel Belgische ondernemingen in contact geraken met grote buitenlandse ondernemingen, of hogere instanties die op geen enkel andere manier zouden kunnen bereikt worden. Aangezien de Belgische ondernemingen ‘contacten leggen met potentiële partners’ erg belangrijk vinden tijdens een handelsmissie, is de aanwezigheid van Prins Filip onmisbaar voor het welslagen ervan.

Een andere conclusie dient getrokken te worden als men het heeft over de meute ministers die op federale handelsmissies de Prins en de ondernemingen vergezellen. Elke gemeenschap stuurt zijn ministers, alsook ondersteunend personeel mee op handelsmissie. Men krijgt dus een oververtegenwoordiging van het politieke orgaan tijdens zulke missies. Het zorgt in de eerste plaats voor een verlies aan efficiëntie van de handelsmissie, maar het werkt ook remmend indien zakelijke contacten moeten gelegd worden. De mening van de Belgische ondernemingen is dan ook om een beperking in te voeren van aanwezige ministers.

Onze Belgische staatsstructuur is veel te complex voor buitenstaanders. De promotie die de regionale overheden overbrengen op elke handelsmissie zorgt bij de plaatselijke ondernemingen voor meer verwarring, dan voor opheldering. De regionalisering van de buitenlandse handel lijkt een maat voor niets, aangezien het buitenland geen interesse toont in de geografische afkomst van het product of van de innovatie. Door de bevoegdheden van de buitenlandse handel terug over te brengen naar de federale overheid, lost men automatisch ook het probleem van de oververtegenwoordiging van het politieke orgaan op.

Dit onderzoek heeft nog enkele leemtes in de theorie die niet of niet grondig genoeg onderzocht zijn. Daar de handelsmissie voor zowel de overheid als de ondernemingen een verschillend doel hebben, had de taak van de overheid verder onderzocht kunnen worden in functie van het aantrekken van directe buitenlandse investeringen. De directe buitenlandse investeringen zijn namelijk bij de resultaten van het onderzoek amper aan bod gekomen, aangezien de ondernemingen deze niet belangrijk vonden om te promoten tijdens een handelsmissie.

Tijdens het voeren van het onderzoek heeft er zich tot slot nog een interessante vraag gesteld die verder onderzocht en uitgediept kan worden: “Was de regionalisering van de buitenlandse

handel werkelijk nodig?" De verklaring hiervoor ligt in het feit dat de ondervraagde ondernemingen de politieke omkadering tijdens Prinselijke missies te omvangrijk vinden, waardoor de politieke wereld het zakendoen haast verstikt.

Geert Van Leemputten

LIJST VAN GERAADPLEEGDE WERKEN

Boeken

Berlage, L., Decoster A., Abraham, F., Buyst, E. De Bruyne, G., De Grauwe, P., Heremans, D., Moesen, W., Schokkaert, E., Van Cayseele, P., (2000), *Inleiding tot de economie*, Leuven, Universitaire Pers Leuven, pp. 751.

Bouveroux, J., (1993), *Het St.-Michiels akkoord, naar een Federaal België*, Antwerpen, Standaard uitgeverij, pp 48.

Brakman, S., Garretsen, H., van Marrewijk, C., van Witteloostuijn, A. (2006), *Nations and Firms in the Global Economy, An Introduction to International Economics and Business*, Camebridge, Camebridge University Press, pp. 445.

Buckley, P. & Casson, M. (1976). *The Future of the Multinational Enterprise*, New York, Holmes and Meier. XI. pp. 116.

Cuyvers, L., 1998, *Internationale handelspolitiek*, Leuven-Appeldoorn, Garant, pp 259.

Daems, H., Van De Weyer, P. (1993) *Buitenlandse invloed in België, De gevolgen voor de strategische beslissingsmacht*, Lannoo, pp.143.

De Clerq, M., (2000), *Economie Toegelicht*, 8^{ste} herziene druk ,Leuven – Appeldoorn, Garant, pp. 561.

Dunning J.H. (1993). *Multinational enterprises and the global economy*, London, Addison Wesley, XVI, pp 687.

De Velder, S., De Cnuydt, I., (1995), *Economie Vandaag, Handboek Algemene Economie voor het Hoger Onderwijs Buiten de Universiteit*, 4^{de} herziene druk, Gent, Academia Press, pp 428.

Geerts, G. & H. Heestermans (1992), *Van Dale Groot Woordenboek der Nederlandse Taal*, 12de herziene druk, Utrecht/Antwerpen, Van Dale Lexicografie, 3 vol.

Houthoofd, N., (1996), *Algemene Economie*, Gent, Academia Press, pp 138.

Hymer, S. (1976). *The International operations of national firms: a study of foreign direct investment*. Cambridge, MIT Press, XXII, pp 253.

Jegers, M., Moenaert, R., Verbeke, A. (1994). *Begrippen van Management, Strategische Planning en Organisatie*, Brussel, VUB press, pp 199.

Koekkoek, A. and Mennes, L. (1991), *International Trade and Global Development*, London, Routledge, pp 251.

McManus, J. (1972). *The theory of international firm*. In: Paguet, G. (1972). *The Multinational Firm and the Nation State*. Canada, Collier-Macmillan.

Raaijmakers, T. (1976), *Joint Ventures, Enkele beschouwingen omtrent het rechtskarakter en de concernbetrekkingen van de gemeenschappelijke dochteronderming*, Tilburg, Kluwer-Deventer.

Senelle, R., (1978), *De Staatshervorming in België*, Brussel, Ministerie van Buitenlandse Zaken, Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking.

Temmerman, W., Walters, b; (1999), *Buitenlandse Handel: Van verkoop tot betaling en financiering*, Antwerpen, Standaard Uitgeverij, pp 443.

Van Poeck, A., Moesen, W., De Broger, B., (2000), *Algemene economie*, 4^{de} herziene druk, Antwerpen, Standaard Uitgeverij, pp 473.

Artikels:

Agarwal, J. (1980), Determinants of Foreign Direct Investment: A Survey, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 116, pp 739-773.

Buckley, P. (1989). Foreign direct investment by small and medium sized enterprise: the theoretical background. *Small Business Economics* 1, 1 p. 88-89.

Dunning, J. & Rugman, A. (1985). The influence of Hymer's dissertation on theories of foreign direct investment. *American Economic Review*, 75, 2, pp 228-236.

Dobbeleare, B., Export Vlaanderen en Investeren Vlaanderen gaan samenwonen, *De Standaard*, 15 mei 2002..

Dunning J.H. (1973). The Determinants of International Production. *Oxford Economic Papers*, 25, pp 289-336.

Dunning J.H. (1981), Explaining the International Direct Investment Position of Countries: Towards a Dynamic or Developmental Approach, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 117, pp 30-64.

Görg, H. & Greenaway, D. (2001), Foreign Direct Investment and Intra-Industry Spillovers: A Review of the Literature. *Research Series Papers*, 2001/37, Centre for Research on Globalisation and Labour Markets Programme, School of Economics, Nottingham University, pp. 45.

Hoesseini, H. (2005), An economic theory of FDI: A behavioural economics and historical approach, *The Journal of Socio-Economics*, 34, pp. 528-541.

Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The Internalization Process of the Firm -- A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8, 23-32.

Pattnaik, R.K., Rangachari, M.R. & Srinivas, I. (2002). Report of the Committee on Compilation of FDI in India.

Levis, M. (1979), Does Political Instability in Developing Countries Affect Foreign Investment Flows? An Empirical Examination. *Management International Review*, 19, 3, pp 3-42.

Markusen, J. (1995). The boundaries of multinational enterprises and the theory of international trade. *The Journal of Economic Perspectives* 9, 2, pp 169-191.

Root, F. & Ahmed, A. (1979), Empirical Determinants of Manufacturing Direct Foreign Investment in Developing Countries. *Economic Development and Cultural Change*, 27, pp 751-768.

Rugman, A. (1985). Internalization is still theory of foreign direct investment. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 121, pp. 570-575.

Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle, *Quarterly Journal of Economics*, 80, 190-207.

Vernon, R. (1979). The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment . *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41, 255-267.

Niet- officiële publicaties

Ceycens, P. (2004), *Beleidsbrief buitenlandse handel en extern economisch beleid*, s.l., Vlaamse Parlement.

Cuyvers, L., (2005), *Instellingen ter bevordering van de internationale handel van België*, 28 oktober 2005, 31p.

Ernst & Young (2006), *Ernst & Young Barometer van de Belgische attractiviteit 2006*, Ernst & Young, brochure.

Federale Overheidsdienst Buitenlandse Zaken (s.a.), *Investing in Belgium, Your European Facility in Belgium*, Brussel, Federale Overheidsdienst Buitenlandse Zaken, Brochure.

Federale Overheidsdienst Buitenlandse Zaken (s.a.), *Investing in Belgium, Roadmap*, Brussel, Federale Overheidsdienst Buitenlandse Zaken.

Nationale Bank van België (2007), *Working Paper NBB*, Nationale Bank van België, brochure.

Schatz, H.J. & Venables, A.J. (2000). *The Geography of International Investment*, Policy Research Working Paper 2338, pp34.

World Bank en International Finance Corporation (2004), *Investment Climate Assessment. India: Investment Climate and Manufacturing Industry*. pp 96.

Website

AWEX (2007a), www.awex.be

AWEX (2007b), Carte de visite, www.awex.be

Belastingdienst, (2007), <http://www.belastingdienst.nl/zakelijk/omzetbelasting/ob06/ob06-22.html>

Belgische Maatschappij voor Internationale Investerings – BMI, (2007), <http://www.bmi-sbi.be>

Belgostat, (2007), <http://www.nbb.be/DOC/DQ/E/dq3/BelgoHome.htm>

Brussels Export, (2007), <http://www.brussels-export.be/>

Buitenlandse Zaken, (2007a), *Bevoegdheden van de federale overheid op het gebied van buitenlandse handel, online beschikbaar op:*

<http://www.diplomatie.be/nl/policy/policynotedetail.asp?TEXTID=17075>

Diplomatie, (2007a) , *Taken van het Agentschap voor Buitenlandse Handel*

<http://www.diplomatie.be/nl/policy/policynotedetail.asp?TEXTID=17067>

Diplomatie (2007b), *Informatie Finexpo*

<http://www.diplomatie.be/nl/policy/policynotedetail.asp?TEXTID=17067>

Ernst & Young, (2007), *Notionele interestaftrek*

[http://www.ey.com/global/download.nsf/Belgium_D/Notionele_Interestaftrek/\\$file/Notionele%20Interestaftrek.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/Belgium_D/Notionele_Interestaftrek/$file/Notionele%20Interestaftrek.pdf)

European Business Summit, (2007), <http://www.ebsummit.org/>

Finexpo, (2007a), *Jaarverslag Finexpo*,

<http://www.diplomatie.be/nl/pdf/finexpo/jaarverslag.pdf>

Flanders Investment & Trade (2007), www.flandersinvestmentandtrade.be

FOD Economie (2007), *Instellingen en initiatieven van de export*,

http://mineco.fgov.be/enterprises/vademecum/Vade25_nl-01.htm#P286_36316

Moerman (2004), *Beleidsnota regeerperiode 2004-2009*,

<http://jsp.vlaamsparlement.be/docs/stukken/2004-2005/g94-1.pdf>

Moerman (2005), *Jaarlijkse beleidsbrief*,

<http://www.vlaamsparlement.be/Proteus5/showParlInitiatief.action?id=477797&tabId=-682091350>

Nationale Bank van België (2007), *Working Paper NBB*,

http://www.nbb.be/doc/ts/Enterprise/Press/2007/cp20070111Nl_WP107.pdf

Nationale Delcrederedienst, (2007), www.ondd.be

OESO (2007), *Benchmark definition of FDI*, www.oecd.org

UNCTAD (2007), (<http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=4160&lang=1>)

VBO, (2007), *Het VBO: woordvoerder van de ondernemingen in België*, <http://www.vbo-feb.be/index.html?page=2&lang=nl>

Mondelinge bron

Soetens, S. (2007), Areamanager Afrika FIT, 13 maart 2007, van 10u00 tot 10u30.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: Lijst ondervraagde ondernemingen

Agfa Gevaert Graphics NV

AGIS-IQ Sec

Allona SA

Antiekbouw NV

Aquanova

Arte International NV

Atlantis International Services

Automatic Systems

Baav - Busworld

Barco

Bekaert

Belgacom Carrier & Wholesales

Biopole

Bioptimo BVBA

Bonimex

Bruyere Le Chocolatier Belge

CCB Italcementi Group

Chirec

CIVA ASBL

Clabots SA

De Witte Lietaer Industries

Deba NV

Delphi Genetics

Distritrade io

Ensival -Moret Belgium

Eurofit SA

Europower Generators BVBA

Fotronic SA

Frisomat NV
Galler Chocolatiers SA
Glacio NV
Group Machiels
Hands
Igretec
Inbev NV
Ion Beam Application
ISFI
ITS Robotics BVBA
Jansen Products NV
Kate'Art Editions
KDL
Koffie F. Rombouts
La Cristallerie du Val Saint Lambert
Laboratoires Sterop - Sterop Overseas
Limburgse vinyl maatschappij NV
Magda Boeykens - Rococo
Marie's Corner c/o Mac Ray SA
Metro-Electro Product Center BVBA
Michiels SA
Nedschroef Herentals
Nutrex NV
Orfit industries NV
PB Gelatins
Peltracom NV
Pierres & Marbres de Wallonie
Qualiphar
RDC Environnement
Realco
Recticel

Rose Construction - Ronveaux
Schepens & Co NV
SCR- Sibelco NV
Socabelec
Société Belge d' investissement - SBI
Sodexim Sino Belgian Trade
Star Informatic
Stukwerkers Havenbedrijf NV
Suez Energy International
Sylva BVBA
Technum NV
Tele Atlas Data Gent
The Sniffers
Valma BV
Van Hool NV
VCST Industrial Products BVBA
VDC Engineering SPRL
Vervenne & Van Belle SA
Visionshape
Welders

BIJLAGE 2: Enquête formulier

FIRMANAAM:

VRAGENLIJST:

In welke van volgende categorieën zou u uw bedrijf indelen? (slechts 1 antwoord vet maken):

Voedingssector

Dienstensector

Textielnijverheid

Chemiesector

ICT sector

Logistiek

Milieu

Farmaceutische sector

Andere - graag specificeren

.....

Geef een algemene definitie van wat in uw ogen het concept ‘handelsmissie’ inhoudt.

.....

**Welke landen heeft u de afgelopen 5 jaar bezocht in het kader van een handelsmissie?
Gelieve het jaar van bezoek te vermelden.**

.....

Welke motivaties/ redenen had u om deel te nemen aan een bepaalde handelsmissie?

(In geval van meerdere deelnames, gelieve dan per handelsmissie de motivatie te vermelden)

.....

.....

“Op een handelsmissie is het belangrijk om:”

Rangschik naar belangrijkheid (1 = meest belangrijk, 7 = minst belangrijk)

- vertrouwensrelaties op te bouwen.
- onderzoek te voeren naar potentiële afzetgebieden.
- handelscontracten afsluiten.
- de economische situatie van het land te evalueren.
- de export te bevorderen.
- België te promoten als logistieke uitvalsbasis.
- contacten te leggen met potentiële buitenlandse partners.

Hoe vaak bent u reeds mee geweest op handelsmissie georganiseerd door:

- De Federale regering
- De Vlaamse regering
- De Waalse regering

Indien u reeds op handelsmissie bent geweest, georganiseerd door een Gemeenschap (de Vlaamse of de Waalse), zijn er dan verschillen merkbaar met een handelsmissie die georganiseerd is door de Federale regering op vlak van:

Organisatie van de handelsmissie:

.....

Belangrijkheid van de zakencontacten:

.....

Resultaten van de handelsmissie:

.....

Hoe staat u ten opzichte van de aanwezigheid van leden van de koninklijke familie op handelsmissies? Vindt U dat zij voor een toegevoegde waarde zorgen of werken zij eerder remmend? Gelieve toe te lichten.

.....

Hoe staat u ten opzichte van de aanwezigheid van politici en diplomaten op handelsmissies? Vindt u dat zij voor een toegevoegde waarde zorgen of werken zij eerder remmend? Gelieve toe te lichten.

.....

Heeft u tijdens de handelsmissie:

Geen of nauwelijks contact gehad met de plaatselijke economie en bedrijven?

Persoonlijke contacten kunnen leggen met mogelijke economische partners?

Contracten kunnen afsluiten?

.....

Gelieve aan te duiden in welke mate uw omzetcijfer is geëvolueerd in de jaren na de deelname aan de handelsmissie (gelieve uw antwoord aan te duiden in het vet)

Het omzetcijfer is gedaald

Het omzetcijfer is constant gebleven

Het omzetcijfer kende een stijging tussen:

0-5%

5-10%

10-15%

15-20%

meer dan 20%

Indien u op vraag 12 antwoordmogelijkheid (a) of (b) heeft aangekruist, mag u onmiddellijk overgaan naar vraag 14.

Hoe kunt u de stijging van uw omzetcijfer verklaren gelinkt aan uw deelname aan de handelsmissie.

.....

Welk bedrijf ziet u als uw voornaamste concurrent?

.....

Merkt u tijdens de handelsmissie dat het bezochte land zich vooral interesseerde in 1 bepaalde regio (Vlaanderen of Wallonië) of spitste de interesse zich hoofdzakelijk toe op België? Motiveer uw antwoord.

.....

Welke positieve gebeurtenissen zijn u bijgebleven met betrekking tot de handelsmissie?

.....

Wat heeft de handelsmissie concreet bijgebracht aan uw onderneming?

.....

Welke delen van de handelsmissie zijn voor verbetering vatbaar? M.a.w wat zou u liever anders hebben gezien?

.....

Wenst u een kopie van de resultaten te ontvangen?

Ja

Neen

BIJLAGE 3: Doelstellingen per regio

Tabel: Doelstellingen van handelsmissies gerangschikt naar hun belangrijkheid (Brussel).

Doelstellingen	Rangschikking naar belangrijkheid
Contacten leggen met potentiële buitenlandse partners	28
Vertrouwensrelatie opbouwen	34
Economische situatie van het land evalueren	44
Handelscontracten afsluiten	50
Onderzoek voeren naar potentiële afzetgebieden	52
De export bevorderen	56
België promoten als logistieke uitvalsbasis	72

Tabel: Doelstellingen van handelsmissies gerangschikt naar hun belangrijkheid (Vlaanderen).

Doelstellingen	Rangschikking naar belangrijkheid
Contacten leggen met potentiële buitenlandse partners	111
Onderzoek voeren naar potentiële afzetgebieden	131
Vertrouwensrelatie opbouwen	148
Economische situatie van het land evalueren	171
Handelscontracten afsluiten	198
De export bevorderen	199
België promoten als logistieke uitvalsbasis	274

Tabel: Doelstellingen van handelsmissies gerangschikt naar hun belangrijkheid (Wallonië).

Doelstellingen	Rangschikking naar belangrijkheid
Contacten leggen met potentiële buitenlandse partners	25
Vertrouwensrelatie opbouwen	46
Handelscontracten afsluiten	50
De export bevorderen	52
Onderzoek voeren naar potentiële afzetgebieden	67
Economische situatie van het land evalueren	74
België promoten als logistieke uitvalsbasis	78

