

De economische geografie van bedrijven

Marc de Smidt en Egbert Wever (red.), *The corporate firm in a changing world economy*, Routledge, Londen, 1990, 247 blz.

De studie van economische verandering heeft altijd al een duidelijke geografische component gehad. Ten eerste omdat de gevolgen van economische ontwikkeling onevenredig verdeeld zijn. Daardoor treden niet alleen tussen rijke en arme landen, maar ook tussen rijke en arme regio's binnen een bepaald land grote verschillen op. Een verschijnsel dat veel aandacht heeft gekregen was bij voorbeeld het ontstaan van 'duale' of gesegmenteerde arbeidsmarkten. In perifere gebieden zouden lager geschoolde werknemers vooral concurreren op basis van lage lonen, terwijl in het centrum gunstige arbeidsvoorwaarden voor hooggeschoolde werknemers gecreëerd moesten worden. Daarnaast maakte de 'internationale arbeidsdeling'-school furore met een theorie over duale arbeidsmarkten, maar dan op wereldschaal. Het resultaat voor regionaal beleid in de jaren zestig en zeventig was dat men zich er vooral op richtte investeringen van buiten de regio aan te trekken door het creëren van gunstige locatievoorwaarden ten einde de eigen zwaktes in de economische en sociale structuur aan te vullen. Ten tweede is er een groeiende belangstelling gekomen voor de vraag wat er de oorzaken van zijn dat bepaalde regio's zich verder en sneller konden ontwikkelen dan andere. In de jaren tachtig is met name het concurrentievermogen van landen en regio's in het centrum van de belangstelling komen te staan. Voortbordurend op de ideeën van Marshall over 'industriële districten' is er in de jaren tachtig een bloeiende discussie op gang gekomen over de economische kracht van regionale netwerken van kleine bedrijven. Piore en Sable¹ noemden dit 'flexibele

specialisatie' tussen bedrijven. Daarmee was een regionale synthese mogelijk van massaproductie en ambachtelijke productie.

Nelson, Freeman, Lundvall en anderen² hebben zich daarnaast beziggehouden met de verschillende functies van netwerken van met elkaar samenwerkende of concurrerende bedrijven om hun innovatietheorie verder uit te werken. Zij noemen dit nationale of regionale 'innovatiesystemen'. Lundvall maakt daarin bij voorbeeld een onderscheid tussen leernetwerken en zoeknetwerken, om aan te kunnen geven in welk netwerk innovaties het snelst verspreid worden. Porter³ hecht veel waarde aan het concept van clusters. Geografisch dicht bij elkaar gesitueerde bedrijven kunnen als systeem een internationaal concurrentievoordeel behalen niettegenstaande de duidelijke comparatieve kosten nadelen. Interessant is dat deze benaderingen in principe niet uit de hoek van de economische geografie zijn voortgekomen. Regionaal beleid van de jaren negentig lijkt daarmee steeds meer gericht te worden op het creëren van de randvoorwaarden voor autonome groei, zonder veel heil te verwachten van het aantrekken van multinationale ondernemingen.

De derde benadering stamt van Robert McNee die al in 1958 pleitte voor een 'geografie van het (grote) bedrijf'. Als men de verschillen tussen regio's wil verklaren, zal men noodzakelijkerwijs ook de interne herstructureringsprocessen van bedrijven, die prominent in bepaalde regio's aanwezig zijn, in de analyse moeten betrekken. Dit is met name het geval met bedrijven die een gehele regionale economie domineren, zoals Philips in Eindhoven of Toyota in 'Toyota City'.

Nederlandse traditie

In Nederland is een goede traditie op het vakgebied van de economische geografie opgebouwd. Dat is niet in de laatste plaats te danken aan het feit dat de kracht van de Nederlandse economie voor een heel groot deel afhankelijk is van specifieke locatiefactoren zoals de aanwezigheid van de grootste haven ter wereld. Daarnaast is Nederland het thuisland van een groot aantal 'eigen' multinationals. Het is dan ook niet toevallig dat twee Nederlandse hoogleraren in dit vakgebied de redactie hebben gevoerd over een boek dat met name de economische geografie van het bedrijf een stapje verder wil brengen⁴.

In dit boek hebben De Smidt en Wever zich tot doel gesteld verschillende theorieën te confronteren met de werkelijke planning van individuele bedrijven. Het boek is vooral een verzameling case-studies geworden, voorafgegaan door een kort introducerend hoofdstuk. De negen case studies zijn geclusterd op basis van hun produkt-markt-combinaties (PMC's):

- in het high-tech-segment worden IBM, Philips en Standard Elektrik Lorenz (Alcatel) behandeld;
- op het gebied van veel oudere PMC's staan drie bedrijven centraal: Goodman Fielder Wattie (vleesprodukten uit Australië-Nieuw Zeeland), ccFriesland (melkprodukten uit Nederland), MacMillan Bloedel (bosbouwprodukten uit Canada);
- in minder oude, maar meer traditionele PMC's staan hoofdstukken opgenomen over: Nissan, Volvo (Zweden) en Daewoo (Zuidkoreaans conglomeraat).

1. M. Piore en C. Sabel, *The second industrial divide. Possibilities for prosperity*, Basic Books, New York, 1984. Zie ook M. Best, *The new competition. Institutions of industrial restructuring*, Polity Press, Cambridge, 1990.

2. Cf. G. Dosi et al. (red.), *Technical change and economic theory*, Pinter Publishers, Londen, 1988.

3. M. Porter, *The competitive advantage of nations*, The Free Press, New York, 1990. De toepassing van het Porter-model op Nederland is gebeurd in: D. Jacobs, P. Boekholt, W. Zegveld, *De economische kracht van Nederland*, SMO-boek, 1990.

4. Van dezelfde auteurs: M. de Smidt, E. Wever, *De Nederlandse industrie, positie, spreiding en structuur*, Van Gorcum, Assen/Maastricht.

Interessant in het boek zijn de beschrijvingen van vijf grote bedrijven: IBM, SEL, Nissan, Volvo en Daewoo. De IBM-case studie gaat met name in op de relatie tussen internationale en lokale arbeidsdelingen en kijkt in hoeverre een onderneming zich aan wil passen aan lokale omstandigheden. IBM wordt daarin treffend getypeerd als een bedrijfskundige kameleon. De Standard Elektrik Lorenz-studie kijkt hoe een bedrijf de segmentering van arbeidsmarkten in een kern- en perifere markt reproduceert. De Nissan-studie laat zien hoe een bedrijf zijn omgeving verandert en hoe de internationalisering van produktie de eigen lokale omgeving beïnvloedt. Voor Volvo blijkt het Zweedse regionale beleid een belangrijke (onbedoelde) aanleiding geweest te zijn om te experimenteren met alternatieve arbeidsvoorwaarden, waaruit de befaamde Udevallafabriek is voortgekomen. De Daewoo-case laat zien dat bedrijven lang niet altijd dezelfde volgorde hoeven te doorlopen in hun groei-strategie. De ccFriesland-case voegt hier aan toe dat de meeste internationaliseringstheorieën uit de jaren zeventig en tachtig⁵ nauwelijks toe te passen zijn op gediversifieerde en multi-produktbedrijven.

Kritiek

Voor iemand die geïnteresseerd is in een van de negen bedrijven is lezing van het betreffende hoofdstuk aan te bevelen. Het 'boek als boek' ontbeert echter een duidelijke structuur. De casestudies zijn niet op dezelfde manier georganiseerd, waardoor ze niet of nauwelijks te vergelijken zijn. Theorieën worden her en der geïntroduceerd en becommentarieerd aan de hand van de cases. Nergens is echter duidelijk welke algemene consequenties dat voor de theorie heeft of zou moeten hebben. Het ontbreken van eenduidige vraagstellingen leidt ertoe dat de cases grotendeels blijven steken in beschrijvingen, met tamelijk dunne theoretische uitweidingen aan het begin van elk hoofdstuk. Het probleem met een beschrijvend boek zonder duidelijke structuur is dat sommige data al gauw verouderd zijn. Een beschrijving van de herstructureringsstrategie van Philips bij voorbeeld waarin de recente 'operatie Centurion' niet verwerkt is, oogt direct onvolledig. Bij de Philips-case doet zich daarnaast het duidelijkst een meer analytisch probleem voor. Bedrijfsstrategieën

worden vaak als rationele keuzeprocessen beschreven, binnen een ogenschijnlijk lange-termijnplanningskader. Juist de recente herstructureringspraktijk bij Philips laat echter zien dat strategieën ook ingegeven kunnen worden door korte-termijn- en crisismangement-overwegingen. De strategische allianties die Philips in de afgelopen tien jaar is aangegaan en die in het boek als fundamentele en logische stappen worden gepresenteerd, zijn inmiddels al weer ter ziele. Beschrijving van de officiële redenen waarom men een dergelijke alliantie is aangegaan blijkt niet voldoende om het verloop van de alliantie te verklaren, laat staan om op succes of falen te anticiperen.

Een zwak punt van het boek is tevens de zeer brede en ongestructureerde nationale context van de case studies. Het is voor een breder publiek waarschijnlijk niet erg duidelijk wat de relevantie is van een verzameling essays die bedrijven behandelen uit zowel Canada, Nieuw-Zeeland, Australië, Nederland, Korea, Zweden, als Duitsland. Toch kijken de meeste studies met name naar de binnenlandse gevolgen voor deze landen en wordt er blijkbaar aan de nationale context veel belang gehecht. De enige studie die echt een multiregionaal perspectief biedt is de IBM-case, die dan ook duidelijk de meeste aanknopingspunten biedt voor verdere studie. Aangezien de andere bedrijven stuk voor stuk multinationale, c.q. multiregionale ondernemingen zijn, had dit laatste makkelijk gekund. Hier wreekt zich misschien de wetenschappelijke niche die economisch geografen hebben ingenomen/-gekregen in de afgelopen decennia. Economische geografie was grotendeels geënt op de studie van regio's binnen het eigen land. De analyse van multiregionale en multinationale processen werd aan andere disciplines overgelaten. Dat Peter Dicken in acht pagina's aan het einde van het boek probeert duidelijk te maken dat dit eigenlijk anders zou moeten zijn, komt als mosterd na de maaltijd. Daar had men in het begin al rekening mee moeten houden als men het boek meer structuur had willen geven. Daardoor is de doelstelling van het boek om diverse theorieën met de werkelijke praktijk van bedrijfsstrategieën te confronteren slechts ten dele gelukt. Als de conclusie van De Smidt en Wever juist is dat in de toekomst

het 'Europa van de regio's' belangrijker wordt dan het 'Europa van de landen' (blz. 17), dan is dit een gemiste kans. Ik verwacht echter dat het 'Europa van de grote bedrijven' nog belangrijker wordt dan het Europa van hetzij de landen of de regio's. In dat geval is het zelfs nog vervelender dat de poging van De Smidt en Wever tot een bijdrage aan een economische geografie van bedrijven maar zeer ten dele is gelukt.

Rob van Tulder

De auteur is verbonden aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, vakgroep strategie en omgeving en aan de Universiteit van Amsterdam, vakgroep internationale betrekkingen en volkenrecht.

5. P. Dicken, *Global shift. Industrial change in a turbulent world*, Harper & Row, Londen, 1986; L. Hakanson, Towards a theory of location and corporate growth, in: F. Hamilton en G. Linge (red.), *Spatial analysis, industry and industrial environment*, deel 1, John Wiley, Chichester, 1979, blz. 115-139.