

Liberalisering exit?

Durft de ónvolprezen ondernemer het niet meer alleen aan? De roep om entrepreneurs is nog nooit zo groot geweest, getuige de advertenties met de slogan "Onderneem het maar!". Toch lijkt het alsof het aantal echte entrepreneurs in het internationale bedrijfsleven met de dag slinkt. Dat het een risicovol bestaan is aan de top, dat wisten we. Maar dat men zichzelf steeds meer om zeep helpt, is nieuw. Is het einde van de liberalisering soms in zicht?

Terwijl politici en ambtenaren zich bekwamen in de retoriek van de liberalisering, worden de beginselen hiervan met voeten getreden in de praktijk van het grote zakenleven. Wat vrije concurrentie? Wat verboden kartelvorming? Wat GATT? Wat vrij verkeer van goederen, diensten en personen? De liberalisering lijkt bijgezet te kunnen worden in het letterkundig museum. Met een kaartje erbij om uit te leggen dat men in het kapitalisme vele malen geprobeerd heeft naar het principe van het liberalisme te handelen, maar dat het maar niet wilde lukken. De reden: "the survival of the fittest". De sterkste concurrent is tegenwoordig een mondiale superster, waar nog maar zeer weinig andere ondernemingen tegenop kunnen. In een groot aantal sectoren maakt een steeds kleiner groepje ondernemingen de dienst uit.

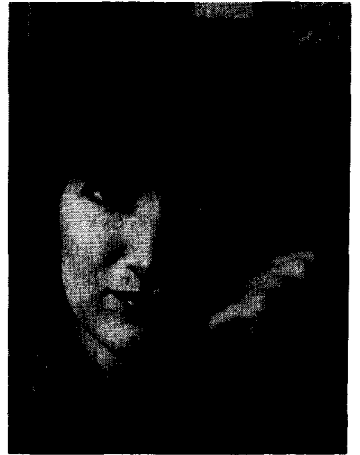
De redenering die in de jaren '80 veel gehoord werd, dat, wilde een onderneming overleven in de mondiale concurrentie het zaak was om in korte tijd tot de top drie te behoren, heeft menig (voormalig) entrepreneur zich eigen gemaakt. Om de weg naar de top veilig te stellen hebben veel ondernemingen ervoor gekozen om intensiever te gaan samenwerken met de concurrentie, met vaak als resultaat een fusie. Op nationaal niveau hebben we de afgelopen jaren dit proces gezien in het bank- en verzekeringswezen. De op handen zijnde fusie van Volvo en Renault is een voorbeeld uit de automobielenindustrie. De chemie-sector krijgt er een nieuwe reus bij door de fusie van Nobel chemie en Akzo. Met name rond de telecomunicatie- en elektronica-ondernemingen zijn superfusies te verwachten. Het nieuwe hiervan is dat ze niet alleen binnen de sectoren plaatsvinden, maar ook tussen deze ondernemingen en grote bedrijven uit de multimediasector, zoals uitgeverijen, de entertainment- en de filmindustrie. US West ging samen met het reeds gefuseerde Times Warner. Sony kocht Columbia en Matsushita kocht MCA. De invloed op andere, met name Europese, aanbieders van (multimedia)diensten is groot. Geen van de Europese telecombedrijven kan tegen dergelijke giganten op, tenzij men zich op 'niches' gaat richten. De zo fel bevochten liberalisering blijkt ook minder aantrekkelijke kanten te hebben. Het is de paradox van het marktdenken.

Vroeger konden economen hier Schumpeter nog tegenin brengen. Schumpeter heeft immers gewezen op het belang van telkens nieuwe entrepreneurs die innovaties voortbrachten. De innovatie van de één

verhoogde de druk op de gearriveerde ondernemers om ook weer met iets nieuws te komen. Zo bleef de dynamiek in het economisch systeem gewaarborgd. Hoewel het zonder meer waar is dat kleine ondernemingen nog steeds zeer belangrijk zijn voor het voortbrengen van inventies, zijn de toetredingsbarrières in veel sectoren in de afgelopen decennia steeds hoger geworden. De inventie van een onderneming is op zich niet meer voldoende. Vaak gaat het er nu om dat complete systemen ontwikkeld worden.

Daarbij is een vernieuwing van een kleine onderneming soms niet meer dan een onderdeel. De nieuwe entrepreneur is toeleverancier geworden. Uitgroeien tot volwaardige ondernemingen die uitgebreide productlijnen voortbrengen, is er vrijwel nooit meer bij. Immers, de kosten voor ontwikkeling en commercialisering zijn vele malen hoger dan die voor de research-fase. In de computerindustrie, maar de afgelopen jaren vooral ook in de biotechnologie, hebben we kunnen constateren dat de opgekomen nieuwe ondernemingen hun innovatieve vondsten het liefst zo snel mogelijk proberen te verkopen aan grotere ondernemingen, die wel beschikken over voldoende financiële middelen plus de nodige deskundigheid om internationale markten in relatief korte tijd te bewerken. Het beroemdste biotechbedrijf Genentech zocht om deze reden een veilige haven bij het Zwitserse farmaceuticaconcern Hoffmann-LaRoche. Een ander fenomeen dat hier nauw mee samenhangt, is dat grote ondernemingen niet alleen oprecht geïnteresseerd zijn in de commercialisatie van elders voortgebrachte inventies, maar dat men ook probeert zoveel mogelijk kennis in de vorm van patenten, licenties en zelfs hele ondernemingen op te kopen uit defensief oogmerk. Namelijk om de 'creatieve destructie' van Schumpeter zo lang mogelijk uit te stellen en de eigen, verouderde producten zo lang mogelijk op de markt te houden. De grote ondernemingen roepen op zo'n manier een halt toe aan innovatieve ontwikkelingen.

De boodschap van Schumpeter gaat blijkbaar in veel gevallen niet meer op. We zijn in een fase beland waarin we ons moeten afvragen hoe een nieuwe vorm van regulering de wereldeconomie kan behoeden voor quasi-monopoliepraktijken. Nationale en Europese fusiecontrole lijken achterhaald als gevolg van de internationalisering van markten. Toch zal er nagedacht moeten worden over bescherming van consumenten, bedrijven en zelfs landen tegen de ongebreidelde macht van een aantal 'global survivors'. Voer voor politiek-economen?



A.J.M. Roobeek