

PERSCOMMUNIQUÉ

Positie van België in de wereldhandel

(Artikel gepubliceerd in het Economisch Tijdschrift van juni 2010)

De afgelopen twee decennia is het mondialiseringsproces van de economie versneld. Enerzijds uit zich dit in de wijziging van de mondiale organisatie van de productiewijzen. De liberalisering van de handels- en financiële stromen, de verlaging van de transportkosten en de vooruitgang van de informatietechnologie hebben geleid tot een toenemende fragmentatie van de productieketen tussen de verschillende vestigingsplaatsen, afhankelijk van de voordelen die elk van hen te bieden heeft. Anderzijds vertaalt de huidige mondialiseringsfase zich in de snelle ontwikkeling van nieuwe economische groeipolen. Deze laatste, vooral China, spelen een steeds belangrijker rol in de wereldproductie, beconcurreren zodoende de gevestigde producenten en worden mettertijd essentiële handelspartners van de meer geavanceerde economieën, tegelijkertijd als afzetmarkten en als leveranciers van consumptiegoederen en halffabricaten.

Net als de andere geavanceerde economieën, is de Belgische economie door deze ontwikkelingen beïnvloed. Dat zal ook in de toekomst zo blijven. Opdat ons land zijn plaats in de wereldeconomie zou behouden of verstevigen, en zodoende zijn welvaart verzekeren, zal het moeten bewijzen dat het in staat is zich, afhankelijk van zijn comparatieve voordelen, aan te passen aan de veranderingen in de internationale omgeving. Anders gezegd, België zal moeten waken over zijn concurrentievermogen. Behalve de traditionele prijs- en kostenaspecten (arbeidskosten, kapitaalvergoeding, kosten van de intermediaire inputs), dekt het begrip concurrentievermogen factoren van meer kwalitatieve of structurele aard (kwaliteit van het fysiek en menselijk kapitaal, inspanningen op het vlak van innovatie, werking van de markten, enz.) die onder meer tot uiting komen via de structuur van de export (specialisatie). Al deze factoren samen bepalen het vermogen van een economie om goederen en diensten aan te bieden die zich van die van de concurrenten onderscheiden door hun kwaliteit of hun innoverend karakter en die tegemoetkomen aan het verloop van de mondiale vraag.

Van 1995 tot 2008 zagen de geavanceerde economieën, tegen de achtergrond van een forse uitbreiding van de wereldhandel, hun marktaandeel meestal slinken. Dat was het gevolg van de inhaalbeweging van de opkomende economieën. In die periode verdrievoudigde China immers zijn aandeel in de wereldhandel, terwijl de nieuwe EU-lidstaten het verdubbelden. Het aandeel van de Belgische uitvoer in de wereldhandel kromp van 2,9% in 1995 tot 2,1% in 2008. De groei van de Belgische uitvoer met gemiddeld 5,4% op jaarbasis bleef echter ten belope van bijna één procentpunt achter bij het gemiddelde resultaat van een uit twaalf Europese landen bestaande referentiezone. België deed het weliswaar beter dan Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk, maar beduidend slechter dan Nederland of Duitsland.

Het verloop van de relatieve uitvoerprijzen verklaart slechts voor een klein gedeelte de uitvoerresultaten. Deze vaststelling, die ook voor de andere Europese landen geldt, heeft voornamelijk te maken met het feit dat de exporteurs nauwelijks invloed hebben op de internationaal vastgestelde prijzen, vooral wanneer het relatief gestandaardiseerde goederen betreft. Om diezelfde reden wordt het verloop van de loonkosten, net als dat van de overige productiekosten, slechts in geringe mate afgewenteld op de uitvoerprijzen en wordt het derhalve hoofdzakelijk gecompenseerd door de schommelingen van de exploitatiemarge van de exportbedrijven.

De resultaten op de buitenlandse markten kunnen, behalve door het verloop van de relatieve uitvoerprijzen, worden verklaard door elementen van structurele aard, bijvoorbeeld de geografische oriëntering en de specialisatie in bepaalde productcategorieën. Vergeleken met andere geavanceerde economieën, beschikt België in deze beide domeinen over een zwak aanpassingsvermogen. De uitvoer van ons land blijft meer bepaald nog sterk geconcentreerd op de traditionele markten, vooral die van de naburige landen, waar de vraag relatief minder dynamisch is. België blijft ook meer gespecialiseerd in producten voor de vervaardiging waarvan overwegend een beroep wordt gedaan op de factoren arbeid en kapitaal. Dat zijn producten waar tijdens de beschouwde periode wereldwijd relatief minder vraag naar was. Het is vooral het verlies van marktaandeel op het niveau van de kapitaalintensieve producten dat ten grondslag ligt aan de verschillen in resultaat tussen België en andere Europese landen. België heeft daarentegen marktaandeel gewonnen op het vlak van R&D-intensieve producten, hoewel ons land ter zake onvoldoende gespecialiseerd is.

De afzonderlijke gegevens met betrekking tot de Belgische industriële ondernemingen bieden een andere invalshoek om het verloop van de uitvoerresultaten te analyseren. Deze gegevens belichten meer bepaald het feit dat de populatie exportbedrijven tijdens de bestudeerde periode gekrompen is, vooral tussen 2005 en 2007. Zij tonen bovendien aan dat de uitvoeractiviteiten beperkt blijven tot een relatief gering aantal ondernemingen, die vaak groter en productiever zijn dan het gemiddelde. In feite blijft de toegang tot de buitenlandse markten vrij moeilijk vanwege de daaraan verbonden toetredingskosten, die enkel door de grootste en meest productieve ondernemingen kunnen worden gedragen. De innoverende aard van de voorgestelde producten kan ook de kans op succes beïnvloeden van de ondernemingen op de buitenlandse markten. De ondernemingen die in hoofdzaak innovatie-intensieve producten leveren, maken immers een groot deel uit van die welke erin slagen toe te treden tot de buitenlandse markten, vooral die van de opkomende landen.

Aangezien de uitvoer van producten waar onderzoek en innovatie mee gemoeid is, de totale uitvoer van België kan ondersteunen, is het nuttig dieper in te gaan op de inspanningen die de Belgische ondernemingen op het vlak van innovatie hebben geleverd. Volgens op Europees niveau georganiseerde kwalitatieve enquêtes, is het aandeel van de ondernemingen, met inbegrip van de KMO's, die zichzelf als innoverend beschouwen, in België groter dan in de meeste Europese landen, met uitzondering van Duitsland. Innovatie is positief gecorreleerd met de grootte van de onderneming, en komt frequenter voor in de verwerkende nijverheid dan in de diensten.

Innovatie is een sleutelfactor wat ontplooiing op de buitenlandse markten betreft: de innoverende ondernemingen bevinden zich vaker op verafgelegen markten dan de niet-innoverende ondernemingen. Ondanks de inspanningen die de Belgische bedrijven zich getroosten, lijken deze laatste moeilijkheden te ondervinden om vol te houden tot het einde van het innovatieproces, met tot gevolg relatief zwakke resultaten op het niveau van de commercialisering van voor de markt nieuwe goederen en diensten.

Dit zou kunnen wijzen op een onvoldoende verspreiding van de innovatie - en met name van de R&D - in het economisch weefsel. Parallel met de concentratie van de uitvoer, zijn de R&D-uitgaven immers geconcentreerd in een beperkt aantal grote ondernemingen, waarvan er heel wat in buitenlandse handen zijn. De concentratie van R&D heeft ook een sectorale dimensie; de R&D-uitgaven in de verwerkende nijverheid worden voor ongeveer de helft verricht in de branches chemie, biotechnologie, farmacie en gezondheidszorg.

Er zijn dus verschillende voorwaarden vereist om een groter aantal ondernemingen in staat te stellen hun uitvoeractiviteiten op een rendabele manier tot een goed einde te brengen:

- er moet worden gewaakt over een redelijk verloop van de productiekosten – meer bepaald de loonkosten, waar de Belgische economische acteurs meer rechtstreeks vat op hebben – om de ondernemingen in staat te stellen voldoende rendabel te zijn ter ondersteuning van hun ontwikkeling;
- er moeten ruimere verspreidingseffecten inzake innovatie worden opgewekt, meer bepaald tussen de grote ondernemingen die in dit domein actief zijn en het weefsel van de KMO's, en er moet worden op toegezien dat de innovatie-inspanningen tot uiting komen in de commercialisatie van nieuwe producten die zich onderscheiden van die van de concurrenten teneinde in minder sterke mate de prijsconcurrentie te ondergaan;
- de groei van de ondernemingen alsook hun internationale openheid moeten worden ondersteund door de vaste kosten te reduceren die verbonden zijn aan de prospectie van buitenlandse markten of door gelegenheden te creëren om contact op te nemen met buitenlandse partners, zowel om nieuwe afzetmarkten te vinden als om profijt te trekken van interessante middelen qua inputs of technologie.

Deze acties die gericht zijn op een versteviging van de concurrentiepositie van België's goederenuitvoer moeten gepaard gaan met inspanningen om de andere dimensies van de mondialisering te bevorderen, met name het dienstenverkeer en de buitenlandse directe investeringen. Ruimer beschouwd, de fundamenten waarop de buitenlandse concurrentiekracht van de economie berust, zijn grotendeels dezelfde als die welke noodzakelijk zijn om op structurele en houdbare wijze de algemene ontwikkeling van de economie te verzekeren, en aldus het welvaartspeil te doen stijgen.