



# **Internationalisering van het Nederlandse MKB**

**Bestaande en gewenste inzichten**

drs. S.J.A. Hessels

drs. M.J. Overweel

dr. Y.M. Prince

Zoetermeer, maart 2005

ISBN: 90-371-0943-8

Bestelnummer: A200414

Prijs: € 40,-

Dit onderzoek maakt deel uit van het programmaonderzoek MKB en Ondernemerschap, dat wordt gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken.

Voor alle informatie over MKB en Ondernemerschap: [www.eim.nl/mkb-en-ondernemerschap](http://www.eim.nl/mkb-en-ondernemerschap).

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with EIM bv. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of EIM bv. EIM bv does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1	Aanleiding	5
1.2	Doelstelling	6
1.3	Onderzoeksaanpak	6
1.4	Leeswijzer	7
<b>2</b>	<b>Internationalisering van de onderneming: theorieën en modellen</b>	<b>9</b>
2.1	Theorieën en modellen	9
2.2	Conclusie	21
<b>3</b>	<b>Vormen van internationalisering en het meten van internationalisering</b>	<b>23</b>
3.1	Vormen van internationalisering	23
3.2	Mate van internationalisering	25
3.3	Conclusie	27
<b>4</b>	<b>Export door het MKB</b>	<b>29</b>
4.1	Omvang en ontwikkeling export door het MKB	29
4.2	Motieven en knelpunten bij export door het MKB	37
4.3	Conclusie	39
<b>5</b>	<b>Import door het MKB</b>	<b>41</b>
5.1	Omvang en ontwikkeling import door het MKB	41
5.2	Motieven en knelpunten bij import door het MKB	47
5.3	Conclusie	48
<b>6</b>	<b>Directe Buitenlandse Investeringen (DBI) door het MKB</b>	<b>49</b>
6.1	Omvang en ontwikkeling DBI door het MKB	49
6.2	Motieven en knelpunten bij DBI door het MKB	56
6.3	Conclusie	57
<b>7</b>	<b>Grensoverschrijdende samenwerking</b>	<b>59</b>
7.1	Omvang en ontwikkeling grensoverschrijdende samenwerking	59
7.2	Motieven en knelpunten bij samenwerking door het MKB	62
7.3	Conclusie	63
<b>8</b>	<b>Trends in internationalisering van het MKB</b>	<b>65</b>
8.1	Trends: uitbreiding van MKB-internationalisering	65
8.2	Trends: uitdagingen en bedreigingen voor het MKB	67
8.3	Trends: trends op basis van internationaliseringsonderzoek	68
8.4	Conclusie	69

<b>9</b>	<b>Overzicht: internationalisering van het MKB</b>	<b>71</b>
9.1	Bestaande inzichten	71
9.2	Belangrijkste trends	74
9.3	Witte vlekken en agenda voor vervolgonderzoek	75
	<b>Literatuurlijst</b>	<b>79</b>

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Al decennia lang is sprake van voortgaande internationalisering van de wereldeconomie. Internationalisering hoort bij de huidige realiteit van zakendoen. Oorspronkelijk was internationalisering vooral een aangelegenheid van grote multinationale ondernemingen. Maar tegenwoordig heeft ook het midden- en kleinbedrijf (MKB) in toenemende mate te maken met de trend tot internationalisering. Internationalisering van het MKB is toegenomen door technologische veranderingen (vooral op het gebied van communicatie en transport), deregulering van markten en politieke veranderingen die geleid hebben tot een nieuwe wereldorde. Zaken als liberalisering van de wereldhandel, de (uitbreiding van de) interne markt van de Europese Unie en e-commerce zorgen voor een geleidelijke verschuiving in het gedrag van MKB-bedrijven. Er doen zich veranderingen voor binnen de EU door de recente toetreding van tien nieuwe landen. Maar ook ontwikkelingen buiten Europa spelen een rol. Zo stelt China zich steeds meer open voor het internationale bedrijfsleven en de internationale handel, wat versneld is door de toetreding van China tot de WHO, de Wereld Handels Organisatie, in november 2001. Dit zijn belangrijke aspecten wanneer gekeken wordt naar internationale mogelijkheden en belemmeringen voor internationalisering van MKB-bedrijven.

Globalisering van economische activiteiten kan op verschillende manieren van invloed zijn op het MKB. Voor sommige MKB-bedrijven biedt het betreden van internationale markten mogelijkheden voor zelfstandige uitbreiding en groei van de bedrijfsactiviteiten. Grote internationale bedrijven besteden hun activiteiten uit, wat kansen biedt voor toeleverende MKB-bedrijven in zowel industriële sectoren als dienstverlening. MKB-bedrijven krijgen daarnaast in toenemende mate te maken met buitenlandse concurrentie op de thuismarkt.

Internationale literatuur over internationalisering van bedrijven is sterk gericht op grote multinationale ondernemingen. Er is nog relatief weinig aandacht voor internationalisering van MKB-bedrijven. Binnen EIM wordt al geruime tijd aandacht besteed aan onderzoeken naar internationalisering van het MKB, met name door de uitvoering van exportonderzoeken.<sup>1</sup> Zo monitort EIM het MKB al jaren op het gebied van exportontwikkeling met behulp van een exportthermometer en is in 2003 een strategische verkenning uitgevoerd naar de determinanten van de Nederlandse exportontwikkeling.<sup>2</sup> Hierbij is eveneens nagegaan in hoeverre de exportontwikkeling van het MKB anders is dan die van het grootbedrijf. Ook import vormt een aandachtspunt in recent EIM-onderzoek. In

<sup>1</sup> Zie onder andere Elk, J.W. van en M.J. Overweel (1991), *Met Kracht Naar Het Buitenland*, ABN-AMRO Bank, Amsterdam; Jong, J.P.J. de en M.J. Overweel (1998), *Op zoek naar potentiële exporteurs*, EIM, Zoetermeer; Overweel, M.J. (1999), *Ontsluiting Export Potentie Meter voor ondernemers, De Export Vaardigheids Test*, EIM, Zoetermeer; Overweel, M.J. en Y.M. Prince (2000), *De export van het Nederlandse MKB: een vergelijking met het Deense MKB*, EIM, Zoetermeer; Braaksma, R.M. (2003), *Exportontwikkeling van het MKB*, EIM, Zoetermeer.

<sup>2</sup> Prince, Y.M., S.J.A. Hessels en W.H.J. Verhoeven (2004), *Factors influencing export development of Dutch manufactured products*, EIM, Zoetermeer.

2002 is er bijvoorbeeld een studie geweest naar de omvang en het belang van import voor het MKB.<sup>1</sup>

Export en import zijn echter slechts een onderdeel van internationalisering.<sup>2</sup> Andere relevante aspecten zijn bijvoorbeeld directe buitenlandse investeringen (DBI; zoals een joint venture met een buitenlands bedrijf, overname van een bestaand bedrijf of het oprichten van een nieuw bedrijf in het buitenland) en grensoverschrijdende samenwerking. Over deze aspecten van internationalisering van het MKB is tot nu toe nog weinig bekend bij wetenschappers en beleidsmakers.

Vooralsnog ontbreekt het aan een geïntegreerde en systematische benadering over wat internationalisering van het MKB eigenlijk is, welke aspecten daarbij een rol spelen en wat we daar in het kader van het Programmaonderzoek 'MKB en Ondernemerschap' over zouden moeten weten.

## 1.2 Doelstelling

De volgende centrale onderzoeksvraag geldt voor dit onderzoek:

Wat houdt internationalisering van het MKB in en welke trends spelen hierbij een rol?

Deze centrale onderzoeksvraag kan worden ontleed in de volgende deelvragen:

- 1 Wat wordt verstaan onder internationalisering van de onderneming/welke vormen van internationalisering zijn er?
- 2 Wat is tot nu toe bekend over internationalisering van het MKB (literatuur en data)?
- 3 Welke trends spelen een rol op het gebied van internationalisering van het MKB?

En vervolgens kan de volgende afgeleide vraag beantwoord worden:

- Welke onderwerpen kunnen als witte vlekken aangeduid worden, en wat is de agenda voor vervolgonderzoek?

De resultaten van het onderzoek zijn met name relevant voor ondernemers in het MKB, beleidsmakers en ondersteunende organisaties op het gebied van internationalisering van het bedrijfsleven.

## 1.3 Onderzoeksaanpak

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van de volgende onderzoeksmethoden:

- literatuuronderzoek;
- expertinterviews;
- analyse van (bestaande en nieuwe) data.

Het literatuuronderzoek was gericht op het in kaart brengen van aspecten die een rol spelen bij internationalisering van de onderneming, theorieën over internationalisering

<sup>1</sup> Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*, EIM, Zoetermeer.

<sup>2</sup> Zie ook: Dijken, J.A. van en Y.M. Prince (1994), 'Internationalisering bedrijfsleven is meer dan import en export', *Accountant-Adviseur*, 9, 12-16.

van de onderneming en studies naar het feitelijke internationaliseringsproces van (Nederlandse) ondernemingen. Ook is literatuuronderzoek gebruikt om trends op het gebied van internationaal ondernemen te identificeren.

De expertinterviews zijn gehouden met personen die beschikken over expertise op het terrein van internationalisering van het bedrijfsleven, zowel vanuit de dagelijkse praktijk als vanuit de wetenschap.<sup>1</sup>

Om meer inzicht te krijgen in de feitelijke internationalisering van het Nederlandse MKB heeft tevens een verkenning plaatsgevonden van beschikbare data over internationale activiteiten van het MKB. Hierbij is onder meer gebruik gemaakt van resultaten van diverse metingen van het EIM MKB-Beleidspanel en de ENSR Enterprise Survey 2003<sup>2</sup> die gehouden is onder MKB-bedrijven in Europa. Ook zijn in 2004 nieuwe data verzameld via het EIM MKB-Beleidspanel.

Op basis van de informatie die naar voren kwam uit het literatuuronderzoek, de expertinterviews en de data-analyse zijn witte vlekken en vervolgrichtingen voor onderzoek bepaald.

## 1.4 Leeswijzer

In het tweede hoofdstuk staat internationalisering van de onderneming centraal, waarbij wordt ingegaan op theorieën en modellen over internationalisering. In het derde hoofdstuk komen vormen van internationalisering en het meten van internationalisering aan bod. In het vierde tot en met het zevende hoofdstuk volgt een overzicht van de stand van zaken wat betreft internationalisering van het MKB, waarbij elke internationaliseringsvorm afzonderlijk behandeld zal worden. Het vierde hoofdstuk gaat in op export door het MKB, het vijfde hoofdstuk behandelt import, in het zesde hoofdstuk komen directe buitenlandse investeringen aan bod en het zevende hoofdstuk gaat in op grensoverschrijdende samenwerking. Nadat de verschillende vormen van internationalisering aan bod zijn gekomen, wordt in het achtste hoofdstuk aandacht besteed aan trends en ontwikkelingen die naar verwachting een rol zullen spelen bij internationalisering van het MKB in de komende jaren. Hoofdstuk 9 bevat, tot slot, een overzicht van witte vlekken en richtingen voor vervolgonderzoek.

<sup>1</sup> Met medewerkers van MKB-Nederland, Erasmus Universiteit Rotterdam, Fortis, NEC, Kamers van Koophandel en VVK.

<sup>2</sup> ENSR staat voor European Network for Social and Economic Research. Binnen de ENSR Enterprise Survey wordt het MKB gedefinieerd als bedrijven tot 250 werkzame personen.



## 2 Internationalisering van de onderneming: theorieën en modellen

Internationalisering van de onderneming vormt een belangrijk aandachtspunt voor onderzoek vanaf de jaren zestig van de vorige eeuw. In dit hoofdstuk wordt een beeld geschetst van de ontwikkelingen die zich voor hebben gedaan op het gebied van onderzoek naar internationalisering. Dit loopt van de traditionele handelstheorieën tot aan het zogenaamde concept van 'born globals' of 'international new ventures'.

### 2.1 Theorieën en modellen

In deze paragraaf volgt een bespreking van theorieën van internationalisering. De volgende groepen van theorieën zullen achtereenvolgens behandeld worden:

- 1 Handelstheorieën. Deze theorieën gaan in op de vraag *waarom* internationale handel tussen *landen* plaatsvindt, zoals de theorie van de absolute voordelen en de theorie van de comparatieve voordelen.
- 2 Statische theorieën. Deze theorieën richten zich op de vraag *waarom bedrijven* internationaal gaan. Hierbij gaat het niet alleen om het verklaren van handel, maar ook om het verklaren van buitenlandse investeringen.
- 3 Procestheorieën. Deze theorieën richten zich met name op *hoe* of de wijze waarop *bedrijven* internationaliseren. De procestheorieën zijn van recentere datum dan de statische theorieën. De bekendste is de Stages Theorie van internationalisering. Ook is er binnen deze stroming aandacht voor zogeheten 'born globals' en netwerkmodellen.

#### 2.1.1 *Handelstheorieën: waarom drijven landen handel?*

Traditionele theorieën van internationale handel en de nieuwe handelstheorie houden zich bezig met de vraag waarom internationale handel plaatsvindt. Het gaat om de volgende theorieën:

- Theorie van de absolute voordelen<sup>1</sup>
- Theorie van de comparatieve voordelen<sup>2</sup>
- Heckscher-Ohlin Theorema<sup>3</sup>
- Nieuwe handelstheorie<sup>4</sup>

##### *Theorie van de absolute voordelen*

Volgens deze theorie moet de verklaring voor handel gezocht worden in de productiekosten per eenheid product. Op basis van productiekosten kunnen verschillende situaties onderscheiden worden voor een bepaald land en product. Wanneer een land niet in staat is om een bepaald product te produceren betekent dit dat de productiekosten per

<sup>1</sup> Smith, Adams (1776), *An inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Methuen and Co., London.

<sup>2</sup> Ricardo, David (1817), *On the Principles of Political Economy and Taxation*, John Murray, London.

<sup>3</sup> Ohlin, Bertil (1933), *Interregional and International Trade*, Harvard University Press, Cambridge.

<sup>4</sup> o.a. Krugman, P.R. (1979), 'A Model of Innovation, Technology Transfer and the World Distribution of Income', *Journal of Political Economy*, 87: 253-266.

eenheid product oneindig hoog zijn. Als er in dit land vraag is naar dit product, zal daar slechts door middel van internationale handel aan voldaan kunnen worden. Ook is het mogelijk dat het land het product wel kan produceren, maar tegen hogere kosten dan in een ander land. Ook dit kan een aanleiding zijn voor internationale handel. Volgens de theorie van de absolute kosten vormt een dergelijk verschil in productiekosten de enige oorzaak voor het optreden van internationale handel.

#### *Theorie van comparatieve voordelen*

Ook in de theorie van de comparatieve voordelen spelen productiekosten een belangrijke rol. Volgens deze theorie is het echter, in tegenstelling tot de theorie van de absolute kosten, ook mogelijk dat handel plaatsvindt als de productiekosten in binnen- en buitenland gelijk zijn. De theorie stelt dat internationale handel niet berust op absolute kostenvoordelen, maar op relatieve of comparatieve kostenverschillen. Dit houdt in dat elk land zich specialiseert in die producten waarvan - in vergelijking met andere producten - de kosten per eenheid product in verhouding tot die kosten voor de concurrenten het gunstigst zijn, en omgekeerd voor de producten die het land invoert. Deze theorie dateert uit het begin van de 19<sup>e</sup> eeuw. Klassieke economen als Ricardo en Mill hebben bijgedragen aan de totstandkoming van deze theorie.

#### *Heckscher-Ohlin Theorema*

De benadering gebaseerd op het Heckscher-Ohlin Theorema veronderstelt dat een land een comparatief voordeel heeft in het product waarin de relatief (ten opzichte van het buitenland) overvloedige productiefactor relatief (ten opzichte van het andere product) intensief in het productieproces wordt aangewend. Het gaat in dit theorema om schaarste en overvloed aan productiefactoren in relatieve termen. Elk land zou die producten moeten exporteren die intensief gebruik maken van de relatief overvloedige productiefactor en juist producten moeten importeren die relatief veel gebruik maken van inputs die relatief schaars zijn. Voor dit theorema gelden ook nog vooronderstellingen zoals de afwezigheid van transportkosten en van handelsbelemmeringen. Het verschil met de eerdere handelstheorieën is dat er wordt gewerkt met veranderlijke productiekosten per eenheid van een product. Deze theorie dateert uit het begin van de twintigste eeuw.

#### *Nieuwe handelstheorie*

De nieuwe handelstheorie benadrukt dat handel niet altijd plaatsvindt als gevolg van verschillen in de aanwezigheid en kwaliteit van productiefactoren, zoals dat het geval is in traditionele handelstheorieën. Deze theorie veronderstelt dat handel tussen landen die vergelijkbaar zijn wat betreft de aanwezigheid en kwaliteit van productiefactoren waarschijnlijk vooral zal plaatsvinden in gedifferentieerde producten en in activiteiten die zich kenmerken door toenemende schaalopbrengsten. De nieuwe handelstheorie biedt een verklaring voor het toegenomen belang van handel tussen geïndustrialiseerde landen en intra-industriespecialisatie.

### 2.1.2 *Statische theorieën: waarom gaan bedrijven internationaal?*

De handelstheorieën richten zich op de verklaring van internationale handel tussen *landen* en niet zozeer op internationalisering van bedrijven. Vanaf 1960 zijn er echter diverse theorieën ontstaan die zich bezighouden met de vraag waarom bedrijven eigenlijk

internationaal gaan. Deze theorieën worden ook wel aangeduid als statische theorieën<sup>1</sup> en vinden hun oorsprong in het werk van Hymer uit 1960 (gepubliceerd in 1976).<sup>2</sup> Ze zijn ontstaan vanwege ontevredenheid met de beperkte verklarende kracht van de traditionele handelstheorieën in het analyseren en verklaren van de groei in de naoorlogse internationale handelsstromen en internationale productie. Kenmerkend voor statische theorieën is dat economische uitgangspunten worden gebruikt om te verklaren waarom bedrijven internationale markten betreden. Daarbij ligt de focus niet alleen op het verklaren van handel, maar ook op het verklaren van buitenlandse productie en investeringen.

De volgende statische theorieën worden achtereenvolgens behandeld:

- 1 Theory of the growth of the firm<sup>3</sup>
- 2 Productlevenscyclusbenadering<sup>4</sup>
- 3 Internalisatietheorie en transactiekostenbenaderingen<sup>5</sup>.
- 4 Eclectisch paradigma<sup>6</sup>.

#### *Theory of the growth of the firm*

De 'Theory of the growth of the firm' stelt dat een bedrijf groei kan zoeken door middel van internationalisering. Dit kan vooral van belang zijn voor bedrijven in kleine landen met een beperkte thuismarkt. Groei is nog steeds een belangrijk perspectief om te verklaren waarom bedrijven hun activiteiten internationaliseren.

#### *Productlevenscyclusbenadering (PLC)*

De productlevenscyclusbenadering is ontstaan als reactie op het gegeven dat het Hekscher-Ohlin model niet in staat was om de snelle groei van internationale productie tussen bedrijven uit de VS en Europa te verklaren in het begin van de jaren 1960.<sup>7</sup> Volgens de Hekscher-Ohlin benadering zouden directe buitenlandse investeringen als een substitoot voor handel plaats moeten vinden tussen landen met verschillen in kwantiteit en kwaliteit van productiefactoren. De productlevenscyclusbenadering zoekt de verklaring voor internationale handel in de fase van de levenscyclus waarin het product zich bevindt. De volgende fasen worden onderscheiden in de levenscyclus van het product: introductiefase, groeifase, rijpheidsfase, verzadigingsfase en neergangsfase.

<sup>1</sup> Tulder, Rob van, Douglas van den Berghe en Alan Mulder (2001), *Erasmus (S)coreboard of core companies. The World's Largest Firms and Internationalization*, Rotterdam School of Management/Faculteit Bedrijfskunde, Rotterdam.

<sup>2</sup> Hymer, S.H. (1976), *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MA: MIT Press, Cambridge (PhD thesis uit 1960).

<sup>3</sup> Penrose, E. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford University Press, Oxford.

<sup>4</sup> Vernon, R. (1966), 'International Investment and international trade in the product cycle', *Quarterly Journal of Economics*, 80, 190-207; Vernon, R. (1991), *Sovereignty at Bay: The International Spread of U.S. Enterprises*, Basic Books, New York.

<sup>5</sup> Zie o.a. Buckley, P.J. en M.C. Casson (1976), *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, Londen.

<sup>6</sup> Dunning, J.H. (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, Workingham.

<sup>7</sup> Goedegebuure, R.V. (2000), *Internationalization and competitiveness. Seeing through the Netherlands*, Rotterdam School of Management/Faculteit Bedrijfskunde, Rotterdam.

Vernon<sup>1</sup> wijst erop dat nieuwe producten in eerste instantie vaak ontwikkeld worden binnen geïndustrialiseerde landen. Volgens de productlevenscyclusbenadering verplaatst de productielocatie zich naar verschillende landen, afhankelijk van de fase in de levenscyclus van het product. In de introductie- en groeifase zet de onderneming het product af in het thuisland. In de daaropvolgende fasen van de productlevenscyclus realiseert de onderneming verdere groei door geleidelijk door te dringen in buitenlandse markten door te exporteren. Hierbij richt de onderneming zich aanvankelijk op vergelijkbare landen. Wanneer de markt snel groeit en het product de rijpheidsfase bereikt zullen concurrenten de markt betreden, wat de prijs omlaag zal drijven. Het gevolg is dat alle concurrenten gedwongen worden om hun productie efficiënter te organiseren, wat mogelijk leidt tot verplaatsing van productie naar het buitenland.

### *Internalisatietheorie en transactiekostenbenaderingen*

Er is sprake van internalisatie als een bedrijf zeggenschap wil krijgen over een bepaalde hulpbron (internaliseren of zich eigen maken) door de uitbreiding van de eigen activiteiten in plaats van dat deze geëxternaliseerd wordt door licenties of vergelijkbare overeenkomsten met onafhankelijke bedrijven. Redenen voor bedrijven om hun activiteiten te internaliseren zijn bijvoorbeeld om ideeën en innovaties te ontwikkelen en om het exclusieve recht te behouden om ze te gebruiken<sup>2</sup>. Een 'internalisatieperspectief' als argument voor het bestaan van multinationale ondernemingen werd allereerst ontwikkeld door Hymer<sup>3</sup>. Hymer probeerde de groei en samenstelling van directe buitenlandse investeringen (DBI) te verklaren.

Caves<sup>4</sup> maakt bij het verklaren van internalisatie onderscheid tussen horizontale uitbreiding, waarbij hetzelfde product wordt geproduceerd in nieuwe landen, en verticale integratie, waarbij geldt dat bedrijven in het buitenland betrokken worden in andere fasen van het productieproces (dit kan zowel voorwaartse als achterwaartse integratie zijn).

Caves zoekt de verklaring voor *horizontale* DBI in het bezit van specifieke hulpbronnen door een onderneming. Volgens Caves kunnen deze hulpbronnen, wanneer ze eenmaal in het bezit zijn van een bepaalde onderneming, gebruikt worden voor andere activiteiten dan waar ze oorspronkelijk voor bedoeld waren tegen weinig of geen additionele kosten. Deze hulpbronnen zouden de buitenlandse vestiging een voordeel moeten geven ten opzichte van bedrijven uit het gastland, die onder normale omstandigheden een voordeel hebben aangezien zij in een voor hen bekende markt opereren. *Verticale* integratie doet zich volgens Caves voor wanneer een onderneming tracht om de kosten van markttransacties te minimaliseren (inclusief de kosten van onzekerheid) en wanneer een onderneming barrières wil opwerpen voor de toetreding van nieuwe concurrenten in de

<sup>1</sup> Vernon, R. (1966), 'International Investment and international trade in the product cycle', *Quarterly Journal of Economics*, 80, 190-207; Vernon, R. (1991), *Sovereignty at Bay: The International Spread of U.S. Enterprises*, Basic Books, New York.

<sup>2</sup> Dunning, J. (1995) 'Trade, Location of Economic Activity and the MNE: A Search for an Eclectic Approach', in: Drew, P., *Readings in International Enterprise*, London, 250-274.

<sup>3</sup> Hymer, S.H. (1976), *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MA: MIT Press, Cambridge (PhD thesis uit 1960).

<sup>4</sup> Caves, R.E. (1971), 'International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment', *Economica*, 38, 1-27.

markt. In zijn latere werk<sup>1</sup> wijst Caves op transactievoordelen die operaties onder gezamenlijk eigendom met zich meebrengen. Wanneer de transactiekosten hoog zijn, zal een onderneming eerder overgaan tot DBI.

Williamson heeft een bijdrage geleverd aan de verdere ontwikkeling van de internalisatiebenadering<sup>2</sup>. Williamson identificeerde de voorwaarden die bepalen of bedrijven een bepaald product of een bepaalde dienst in de markt kopen, of deze zelf gaan produceren. De voorwaarden die volgens Williamson vooral leiden tot de beslissing om zelf in het buitenland te gaan produceren zijn: een hoge mate van specificiteit van hulpbronnen, een hoge frequentie van transacties en een hoge mate van onzekerheid.

Buckley en Casson<sup>3</sup> veronderstellen dat het bestaan van marktimperfecties resulteert in voordelen voor internalisatie. Volgens hen zijn vier typen factoren relevant voor het bepalen van de kosten en voordelen van internalisatie, te weten:

- 1 sectorspecifieke factoren (zoals de aard van het product en de structuur van de externe markt);
- 2 regionale factoren (zoals factorkosten in verschillende regio's en de aanwezigheid van intermediaire producten en grondstoffen);
- 3 nationale factoren (politieke en fiscale structuren);
- 4 bedrijfsspecifieke factoren (zoals het vermogen van het management om om te gaan met juridische complexiteiten van internationaal eigendom).

Internalisatie speelt vooral een rol in markten voor intermediaire producten (verticale integratie) en in markten voor kennisintensieve producten.

#### *Eclectisch paradigma*

Het eclectisch paradigma van Dunning<sup>4</sup>, of het zogenaamde OLI (Ownership, Location en Internalisation) paradigma, identificeert drie typen van voordelen die in combinatie patronen van internationale productie verklaren en de belangrijkste motieven vormen voor DBI-stromen:

- 1 Eigendomsspecifieke voordelen: hiervan is sprake als een bedrijf bepaalde bedrijfs- of eigendomsspecifieke voordelen ('ownership' of O-advantages) bezit ten opzichte van buitenlandse bedrijven in een bepaalde markt. Bij eigendomsspecifieke voordelen kan bijvoorbeeld gedacht worden aan kennis van technologie en management of marketing (concreet kan het bijvoorbeeld gaan om een ijzersterk merk, superieure kwaliteit of unieke technische kennis). Dit idee vindt zijn oorsprong in de theorie van Hymer.<sup>5</sup> In zijn theorie gaat Hymer ervan uit dat bedrijven die directe investeringen doen in het buitenland over bepaalde monopolistische voordelen dienen te beschikken, die hen in staat moeten stellen om bronnen en activiteiten beter te organiseren dan de markt.

<sup>1</sup> Caves, R.E. (1982), *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.

<sup>2</sup> Williamson, O.E. (1975), *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, Free Press, New York.

<sup>3</sup> Buckley, P.J. en M.C. Casson (1976), *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, Londen.

<sup>4</sup> Dunning, J.H. (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, Workingham.

<sup>5</sup> Goedegebuure, R.V. (2000), *Internationalization and Competitiveness. Seeing through the Netherlands*, Rotterdam School of Management/Faculteit Bedrijfskunde, Rotterdam.

- 2 Internalisatievoordelen (I-advantages): het moet in het voordeel zijn van het bedrijf dat dergelijke eigendomsspecifieke voordelen bezit om ze te internaliseren (zich eigen te maken) door de uitbreiding van de eigen activiteiten in plaats van om ze te externaliseren door licenties en vergelijkbare overeenkomsten met onafhankelijke bedrijven. Om te bepalen of er sprake is van internalisatievoordelen moet bijvoorbeeld gelet worden op aspecten als benodigde controle en lokale wetgeving. Het gaat om een afweging van kosten en baten van het hebben van zeggenschap over het eigendomsspecifieke voordeel.
- 3 Locatievoordelen (L-advantages): Bij locatiespecifieke voordelen gaat het om (mogelijke) voordelen die het vestigen van de onderneming in het buitenland met zich meebrengt. Locatievoordelen zijn specifiek voor een locatie maar gelden voor alle bedrijven, zoals de kwaliteit en prijs van productiefactoren, wet- en regelgeving, politieke en institutionele omgeving, marktstructuren, overheidsbeleid. Het gevestigd zijn op diverse (internationale) locaties kan bedrijven verschillende voordelen opleveren zoals toegang tot markten en grondstoffen die niet toegankelijk zijn voor concurrenten, schaalvoordelen, profiteren van aanwezige kennis in gastland. Factoren die hierbij een rol spelen zijn het al dan niet bestaan van handelsbelemmeringen, maar bijvoorbeeld ook transportkosten, wisselkoersen of personeelskosten. Als er geen locatievoordelen zijn kan een bedrijf vaak beter kiezen voor export dan voor DBI.

Als aan deze drie voorwaarden (O-, L- en I-advantages) is voldaan zal een bedrijf volgens het eclecticisch paradigma overgaan tot DBI.

#### *Relevantie van statische theorieën voor MKB*

De statische theorieën lijken vooral geschikt om het internationaliseringsgedrag van gevestigde multinationale ondernemingen te verklaren.<sup>1</sup> Dit zou kunnen betekenen dat ze een beperkte verklarende kracht voor het MKB hebben. Er is echter weinig bekend uit empirisch onderzoek over de relevantie van de statische theorieën voor het MKB (zowel nationaal als internationaal).

Specifiek over de betekenis van het OLI-paradigma voor het MKB is ook weinig bekend. Toch is het te verwachten dat met name eigendomsspecifieke en locatiefactoren een rol zullen spelen bij de internationalisering van MKB-bedrijven. Locatiefactoren, zoals lage loonkosten, kunnen bijvoorbeeld een aanleiding zijn voor internationale activiteiten van het MKB. Een indicatie van het belang van het OLI-paradigma voor MKB-bedrijven kan wel verkregen worden op basis van een empirisch onderzoek naar bepalende factoren voor internationale activiteiten onder Zwitserse MKB-bedrijven<sup>2</sup> (<100 werknemers). In dit onderzoek blijkt dat eigendomsspecifieke voordelen de belangrijkste drivers voor internationalisering zijn ongeacht verschillen naar bedrijfsgrootte, sector en internationaliseringsstrategie. Voor MKB-bedrijven zijn met name toepassingsgerichte kennis en ervaring in het buitenland in het bijzonder belangrijke eigendomsspecifieke voordelen, terwijl R&D in hoofdzaak een belangrijk eigendomsvoordeel is voor grote bedrijven. Het onderzoek wijst verder uit dat locatiespecifieke voordelen vooral een belangrijke impuls

<sup>1</sup> Goedegebuure, R.V. (2000), *Internationalization and Competitiveness. Seeing through the Netherlands*, Rotterdam School of Management/Faculteit Bedrijfskunde, Rotterdam.

<sup>2</sup> Hollenstein, Heinz (2002), *Patterns and Determinants of International Activities: Are SMEs Different? An Empirical Analysis Based on Firm-level Data for the Swiss Business Sector*, Swiss Federal Institute of Technology, Institute for Business Cycle Research; Austrian Institute of Economic Research (WIFO), Zürich/Wenen.

zijn voor internationale activiteiten van het MKB. Tot slot wijzen de resultaten uit dat internalisatievoordelen in hoofdzaak van belang zijn voor grote bedrijven.

### 2.1.3 *Procestheorieën: hoe internationaliseren bedrijven hun activiteiten?*

In meer recentere theorieën en modellen is naast de vraag waarom bedrijven internationaliseren ook meer aandacht gekomen voor de wijze waarop bedrijven hun activiteiten internationaliseren. Dergelijke theorieën richten zich dus meer op het proces dat een bedrijf doorloopt bij de internationalisering van activiteiten. Van deze theorieën is het Uppsala-model van internationalisering of de stagetheorie<sup>1</sup> het meest bekend. In dit model wordt internationalisering benaderd als een opeenvolgend leerproces, dat zich beweegt van activiteiten als import en export naar een uitgebreidere betrokkenheid in buitenlandse markten. Andere procestheorieën zijn het 'Innovatiegerelateerde model' van internationalisering<sup>2</sup> en de zogenaamde netwerkbenadering<sup>3</sup>. Meer recentelijk is er daarnaast aandacht voor bedrijven die niet zozeer een geleidelijk proces doormaken maar direct vanaf de start van de onderneming internationaal actief zijn. Het gaat dan om zogenaamde 'born globals'<sup>4</sup> of 'international new ventures'<sup>5</sup>.

#### *Uppsala-model/stagetheorie*

Het Uppsala-model, ook wel de stagetheorie genoemd, gaat ervan uit dat internationalisering van bedrijven zich ontwikkelt als een proces, waarbij het bedrijf een ontwikkelingsproces doormaakt van verschillende fasen die uiteindelijk leiden tot een verhoogde kennis van de markt en vestigingsmogelijkheden. Het bedrijf gaat van de ene fase naar de volgende wanneer het meer en meer internationale ervaring opdoet. De stagetheorie veronderstelt dat internationalisering begint met distributie en de laatste fase bereikt wanneer alle bedrijfsfuncties zijn geïnternationaliseerd (waarbij R&D als laatste wordt geïnternationaliseerd).

Dit model onderscheidt de volgende fasen:

- 1 geen reguliere exportactiviteiten;
- 2 export via onafhankelijke vertegenwoordigers (agenten);
- 3 vestiging van een buitenlandse verkoopvestiging;
- 4 buitenlandse productie-eenheden.

<sup>1</sup> Johanson, J. en J.E. Vahlne (1977), 'The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments', *Journal of International Business Studies*, 8, 23-32.

<sup>2</sup> Zie o.a. Bilkey, W.J. en G. Tesar (1977), 'The export behavior of smaller Wisconsin manufacturing firms', *Journal of International Business Studies*, 8: 93-98; Cavusgil, S. (1980), 'On the Internationalization Process of Firms', *European Research*, 8, 6, 273-281.

<sup>3</sup> Zie o.a. Johanson, J. en L.G. Matson (1988), 'Internationalisation in Industrial Systems - A Network Approach', in: Hood, N. en J.E. Vahlne, *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, New York; Johanson, J. en M. Johanson (1999), 'Developing Business in Eastern European Networks', in: Törnroos, J.-Å en J. Nieminen, *Business Entry in Eastern Europe. A Network and Learning Approach with Case Studies*, KIKI-MORA-Publications, Saarijärvi, 46-71.

<sup>4</sup> Knight, G.G. en S.T. Cavusgil (1996), 'The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory', *Advances in International Marketing*, 8, 11-26; Madsen, T.K. en P. Servais (1997), 'The internationalization of born globals: An evolutionary process', *International Business Review*, 6, 61-583.

<sup>5</sup> McDougall, P.P., S. Shane en B.M. Oviatt (1994), 'Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of International Business Research', *Journal of Business Venturing*, 9, 469-487.

Johanson en Vahlne<sup>1</sup> constateerden, op basis van bestudering van Zweedse industriële bedrijven, dat internationaliseringsactiviteiten in eerste instantie gericht zijn op geografisch nabije markten, waarbij gebruik wordt gemaakt van internationaliseringsvormen met een relatief lage betrokkenheid zoals export. Zij geven aan dat een bedrijf door de tijd heen een leerproces doormaakt en steeds meer kennis over buitenlandse markten krijgt, in hoofdzaak door ervaring, en dat het bedrijf pas dan de betrokkenheid in buitenlandse markten gaat vergroten en daarna uitbreiding zoekt in verder gelegen landen.

Er zijn aanwijzingen dat het belang van deze stapsgewijze benadering afneemt.<sup>2</sup> Het is inmiddels duidelijk dat internationalisering niet altijd plaatsvindt op een dergelijke traditionele, incrementele manier.<sup>3</sup> Door versnelde technologische ontwikkelingen zijn bedrijven in staat om sneller te internationaliseren. Hoewel traditionele procesinternationalisering nog vaak voorkomt, wordt niet meer verondersteld dat deze algemeen geldend is.

#### *Innovatiegerelateerde model*

Het 'Innovation-related' of innovatiegerelateerde model voor internationalisering beschrijft het internationaliseringsproces van een bedrijf ook in fasen.<sup>4</sup> Het belangrijkste verschil met het Uppsala-model is dat de internationalisering van de onderneming wordt verklaard als zijnde het resultaat van managementinnovaties. Elke fase van internationalisering vertegenwoordigt een innovatie.<sup>5</sup> Op operationeel niveau ligt de focus op de export/omzetratio als een kernindicator van de mate van internationalisering van de onderneming: zie tabel 1.

<sup>1</sup> Johanson, J. en J.E. Vahlne (1977), 'The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments', *Journal of International Business Studies*, 8, 23-32.

<sup>2</sup> Coviello, N. en K. Martin (1999), K., 'An Integrated Perspective of SME Internationalisation', *Journal of International Marketing*, 7, 4, 42-66.

<sup>3</sup> McDougall, Patricia P. en Benjamin M. Oviatt (2003), *Some Fundamental Issues in International Entrepreneurship*, <http://www.usasbe.org/knowledge/whitepapers>, Juni 2004.

<sup>4</sup> Zie o.a. Bilkey, W.J. en G. Tesar (1977), 'The export behavior of smaller Wisconsin manufacturing firms', *Journal of International Business Studies*, 8: 93-98; Cavusgil, S. (1980), 'On the Internationalization Process of Firms', *European Research*, 8, 6, 273-281.

<sup>5</sup> Gankema, H.G.J., H.R. Snuijff en P.S. Zwart (2000), 'The Internationalization Process of Small and Medium-sized Enterprises: An Evaluation of Stage Theory', *Journal of Small Business Management*, 38, 4, 15-27.

tabel 1 Fasen van internationalisering volgens het Innovation-Related Internationalization Model

<i>Fase</i>	<i>Omschrijving</i>	<i>Export/omzetratio</i>
1. Binnenlandse verkoop	Het bedrijf is uitsluitend geïnteresseerd in de binnenlandse markt en heeft geen exportactiviteiten	0%
2. Pre-export	Het bedrijf zoekt informatie en onderzoekt de mogelijkheden om te gaan exporteren	dichtbij 0%
3. Experimentele betrokkenheid	Het bedrijf begint met exporten op kleine schaal. De fysieke en culturele afstand met de exportlanden is beperkt	0-9%
4. Actieve betrokkenheid	Het bedrijf doet systematisch pogingen om buitenlandse verkopen te vergroten naar meerdere landen	10-39%
5. Gecommitteerde betrokkenheid	Het bedrijf is sterk afhankelijk van buitenlandse markten en heeft licenties of buitenlandse investeringen	meer dan 40%

Bron: Gankema, Snuif en Zwart (2000) op basis van Cavusgil (1980).

Volgens het Innovatie-model vertegenwoordigt de internationalisering een innovatie in het bedrijf. Traagheid in het proces van internationalisering wordt in dit model verklaard vanuit risicoaversie en gebrek aan kennis over buitenlandse markten bij het management.<sup>1</sup>

#### *Netwerkbenadering*

De netwerkbenadering<sup>2</sup> is ontstaan uit het Uppsala-procesmodel van internationalisering. Netwerken worden gedefinieerd als 'sets of connected exchange relationships'<sup>3</sup>. De verbondenheid van bedrijven met andere bedrijven vormt de kern van de netwerkbenadering. Doordat een bedrijf bijvoorbeeld in technisch of financieel opzicht verbonden is met andere actoren in de markt, breiden bedrijven geleidelijk hun netwerkverbindingen uit. Deze netwerken strekken zich ook uit over nationale grenzen en worden geïnternationaliseerd. Deze verbondenheid drijft bedrijven in internationale markten zowel intentioneel als op een meer evolutionaire en ongeplande manier.

<sup>1</sup> Moen, O. en P. Servais (2002), 'Born global or gradual global? Examining the export behavior of small and medium-sized enterprises', *Journal of International Marketing*, 10, 3, 49-72.

<sup>2</sup> Zie o.a. Johanson, J. en L.G. Matson (1988), 'Internationalisation in Industrial Systems - A Network Approach', in: Hood, N. en J.E. Vahlne, *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, New York; Johanson, J. en M. Johanson (1999), 'Developing Business in Eastern European Networks', in: Törnroos, J.-Å en J. Nieminen, *Business Entry in Eastern Europe. A Network and Learning Approach with Case Studies*, KIKI-MORA-Publications, Saarijärvi, 46-71.

<sup>3</sup> Cook, K.S. en R.M. Emerson (1978), 'Power, Equity, and Commitment in Exchange Networks', *American Sociological Review*, 43, 721-739.

Johanson en Mattson<sup>1</sup> gaan ervan uit dat de positie van een bedrijf in een netwerk een sleutelfactor is om te behouden en te ontwikkelen zodat het bedrijf in staat is zijn doelen te bereiken. Zowel de mate van internationalisering van het bedrijf als de internationalisering van de markt is van invloed op het proces van internationalisering. Ze onderscheiden vier typen bedrijven: zie tabel 2.

**tabel 2 Internationalisering en de netwerkbenadering**

		<i>Mate van internationalisering van de markt</i>	
		<i>Laag</i>	<i>Hoog</i>
<i>Mate van internationalisering van de onderneming</i>	laag	The Early Starter	The Late Starter
	hoog	The Lonely International	The international among others

Bron: Johanson & Mattson, 1988.

'The Early Starter' heeft weinig en relatief onbelangrijke relaties met buitenlandse bedrijven. De onderneming heeft weinig kennis van internationaal ondernemen. Om deze reden maakt het bedrijf gebruik van lokale agenten, van handelshuizen of van andere bedrijven die ervaring hebben met bijvoorbeeld export om op deze manier in staat te zijn internationale activiteiten op te zetten en te leren. Het initiatief om de stap naar het buitenland te zetten komt niet van het bedrijf zelf.

'The Lonely International' is een onderneming die in hoge mate geïnternationaliseerd is, terwijl dit niet geldt voor de marktomgeving van het bedrijf. De onderneming heeft ervaring en kennis over buitenlandse activiteiten en markten. Door dit leerproces heeft de onderneming de mogelijkheid om toe te treden tot nieuwe buitenlandse netwerken en op die manier de eigen activiteiten uit te breiden.

'The Late Starter' maakt gebruik van zijn binnenlandse netwerk als springplank voor het starten van buitenlandse activiteiten. Zo kunnen klanten en leveranciers de onderneming aanzetten tot het ontplooiën van internationale activiteiten.

'The International Among Others' gaat over een situatie waarin zowel de onderneming als de markt (of netwerken of bedrijfsrelaties) in hoge mate geïnternationaliseerd is. Een dergelijk bedrijf heeft veel internationale contacten en kan daardoor goed inspelen op veranderingen in de bedrijfsomgeving.

#### *Born globals/international new ventures*

Er is een groeiend aantal bedrijven die als internationaal gekenmerkt kunnen worden vanaf de start en die de opeenvolgende fasen hebben overgeslagen. De meest gangbare benaming voor dit soort bedrijven is born globals<sup>2</sup> of international new ventures<sup>3</sup>. Dergelijke bedrijven hebben vaak vanaf de start een uitgebreide internationale betrokkenheid en richten zich soms direct op ver gelegen markten of op verschillende landen tegelijk.

<sup>1</sup> Johanson, J. en L.G. Matson (1988), 'Internationalisation in Industrial Systems - A Network Approach', in: Hood, N. en J.E. Vahlne, *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, New York.

<sup>2</sup> Knight, G.G. en S.T. Cavusgil (1996), 'The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory', *Advances in International Marketing*, 8, 11-26; Madsen, T.K. en P. Servais (1997), 'The internationalization of born globals: An evolutionary process', *International Business Review*, 6, 61-583.

<sup>3</sup> McDougall, P.P., S. Shane en B.M. Oviatt (1994), 'Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of International Business Research', *Journal of Business Venturing*, 9, 469-487.

Volgens McDougall et al.<sup>1</sup> beschikken dergelijke international new ventures over bepaalde waardevolle hulpbronnen, maken ze gebruik van allianties en netwerkstructuren om zeggenschap uit te oefenen over een groot aantal belangrijke productiemiddelen, en hebben ze een unieke hulpbron die hun een duurzaam voordeel verschafft en die verplaatst kan worden naar een buitenlandse locatie. Volgens Oviatt en McDougall (1994)<sup>2</sup> ligt de grondslag voor de vorming van international new ventures in snel veranderende computer-, communicatie- en transporttechnologie.

#### *Relevantie van proces Theorieën voor het MKB*

De afgelopen jaren is er steeds meer aandacht gekomen voor de studie van internationalisering van MKB-bedrijven. De born-globals benadering is specifiek gericht op kleine bedrijven. Hiermee is ook meer aandacht gekomen voor 'internationaal ondernemerschap' en voor de rol van de ondernemer in het internationaliseringsproces. Sinds 2002 bestaat er een apart tijdschrift voor internationaal ondernemerschap: 'Journal of International Entrepreneurship'.

De procesgeoriënteerde modellen zijn vooral geschikt om de eerste fasen van het internationaliseringsproces van een bedrijf te verklaren<sup>3</sup>. De relevantie voor het MKB van een stapsgewijze internationalisering wordt ondersteund door een aantal nationale studies. Zo laat een onderzoek onder Zwitserse bedrijven zien dat de internationalisering van Zwitserse MKB-bedrijven consistent is met de stagetheorie.<sup>4</sup> Studies onder Spaanse MKB-ondernemingen komen tot een vergelijkbare conclusie.<sup>5</sup> De resultaten van Gankema, Snuif en Zwart bevestigen het bestaan van stapsgewijze internationalisering voor het Nederlandse MKB.<sup>6</sup> Zij onderscheiden de volgende fasen in het internationaliseringsproces van een MKB-onderneming: 'domestic marketing focus', 'pre-export', 'experimental export involvement', 'active involvement', 'committed involvement'. De fasen kunnen als volgt toegelicht worden:

- 1 Domestic marketing focus: in deze fase richten bedrijven zich uitsluitend op de binnenlandse markt. Mogelijk is internationalisering voor deze bedrijven niet interessant (bijvoorbeeld omdat het product daar niet geschikt voor is) of is de stap te groot en zijn de barrières te hoog om internationaal te gaan.

<sup>1</sup> McDougall, P.P., S. Shane en B.M. Oviatt (1994), 'Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of International Business Research', *Journal of Business Venturing*, 9, 469-487.

<sup>2</sup> Oviatt, B.M. en P.P. McDougall (1994), 'Towards a Theory of International New Ventures', *Journal of International Business Studies*, 25, 1, 45-64.

<sup>3</sup> Forsgren, M. (1989) *Managing the Internationalization Process. The Swedish case*, Routledge, London/New York.

<sup>4</sup> Hollenstein, Heinz (2002), *Patterns and Determinants of International Activities: Are SMEs Different? An Empirical Analysis Based on Firm-level Data for the Swiss Business Sector*, Swiss Federal Institute of Technology, Institute for Business Cycle Research; Austrian Institute of Economic Research (WIFO), Zürich/Wenen.

<sup>5</sup> Pla Barber, J. (1998), 'U'n análisis empírico de la internacionalización española. Modos de entrada y factores de empresa', (An empirical analysis of Spanish internationalisation. Entry patterns and enterprise factors), Acade National Annual Congress, Las Palmas de Gran Canaria; en Merino de Lucas (2001), F., 'El proceso de internacionalización de las pyme' (The internationalisation process among SMEs), in: *Papeles de Economía Española*, no. 89-90, Madrid.

<sup>6</sup> Gankema, H.G.J., H.R. Snuif en P.S. Zwart, (2000), 'The internationalization process of small and medium-size enterprises: An evaluation of stage theory', *Journal of Small Business Management*, 38, 4, 15-27.

- 2 Pre-export: in deze tweede fase gaat het om MKB-bedrijven die eventueel internationale activiteiten willen ontwikkelen, maar hier nog geen daadwerkelijk besluit over genomen hebben.
- 3 Experimental export involvement: in deze fase ondernemen bedrijven de eerste pogingen tot export. In deze fase exporteren bedrijven meestal op kleine schaal en concentreren ze zich op een beperkt aantal landen. De betrokkenheid bij export is veelal marginaal en incidenteel.
- 4 Active involvement: MKB-bedrijven doen in deze fase extra moeite om hun buitenlandse aanwezigheid te vergroten.
- 5 Committed involvement: in deze fase zien bedrijven buitenlandse verkopen niet zo zeer meer als extra verkopen, maar zijn ze sterk afhankelijk geworden van de internationale markt. Bedrijven die zich in deze fase bevinden doen vaak niet alleen aan export, maar hebben een meer lange-termijnbetrokkenheid gekregen in buitenlandse markten, bijvoorbeeld door directe buitenlandse investeringen.

Er zijn echter ook studies waarvan de uitkomsten niet overeenkomen met de ideeën van de stagetheorie. Een Noorse studie wijst uit dat meer dan 40% van de geïnternationaliseerde MKB-bedrijven een ontwikkeling doormaakt die inconsistent is met de stagetheorie.<sup>1</sup> Ook empirische studies waarin het bestaan en de groei van het aantal 'born globals' worden bevestigd wijken af van de stagetheorie.<sup>2</sup>

Het lijkt er dus op dat sommige bedrijven een meer geleidelijke ontwikkeling doormaken in hun internationalisering, terwijl er ook een groep bedrijven is die vanaf een vroege fase in het bestaan van het bedrijf internationaal gericht zijn. Dit wordt ook bevestigd door de netwerkbenadering die verschillende typen bedrijven onderscheidt. In de praktijk is het onderscheid tussen de stagetheorie en het born global-model wellicht te rigide om de volgende redenen<sup>3</sup>:

- Het internationaliseringsproces van een MKB-bedrijf kan bestaan uit een combinatie van de verschillende modellen. Zo kan een born global, na een eerste snelle internationale start, vervolgens een geleidelijk proces van internationalisering doormaken.
- Het internationaliseringsproces van MKB-bedrijven kan bestaan uit verschillende grensoverschrijdende activiteiten die in combinatie plaatsvinden in plaats van als elkaar opvolgende activiteiten.
- De verschillende vormen van internationalisering (handel, samenwerking of DBI) kunnen worden uitgevoerd als reactie op verschillende strategische doelen in plaats van als fasen in een geleidelijk proces. Voor sommige dienstverlenende bedrijven (bijv. consultancybedrijven en softwareontwikkelaars) ligt het vaak meer voor de hand om een alliantie of een joint venture met een buitenlands bedrijf aan te gaan dan om te exporteren. Dit geldt vooral voor bedrijven die op zoek gaan naar kennis of technologie in het buitenland. Het gegeven dat een derde van de Europese

<sup>1</sup> Havnes, P. & Hauge (2002), *Utvikling i regional maritim næring - internasjonisering av leverandørbedrifter (Development of regional maritime sector - internationalisation of suppliers)* FoU-rapport nr. 1/2002.

<sup>2</sup> Etemad, H. & Wright (2003), 'Internationalization of SMEs: Toward a New Paradigm', *Small Business Economics*, 20, 1, 1-4.

<sup>3</sup> Europese Commissie (2004), *Internationalisation of SMEs, Observatory of European SMEs; Report 2003 No. 4*, Rapport ingediend bij DG Enterprise door KPMG Special Services, EIM Business & Policy Research en ENSR, Brussel.

MKB-bedrijven met buitenlandse vestigingen niet exporteert is ook een indicatie dat export wellicht niet langer de logische eerste stap is bij internationalisering. Als reactie op bovengenoemde ontwikkelingen wordt het internationaliseringsproces tegenwoordig veel meer benaderd vanuit een meer holistisch gezichtspunt. Kenmerkend daarbij is dat de verschillende vormen van internationale activiteiten gezien worden als een set van keuzemogelijkheden waaruit MKB-bedrijven kunnen kiezen, in plaats van als een proces van opeenvolgende stadia.

## 2.2 Conclusie

Theorieën over internationalisering waren aanvankelijk gericht op het verklaren van handel tussen landen. In de loop van de tijd is er meer aandacht gekomen voor verklaringen op bedrijfsniveau en voor andere activiteiten dan alleen handel. Terwijl onderzoek naar internationalisering vanouds sterk gericht was op grote multinationale ondernemingen, is er tegenwoordig steeds meer aandacht voor de bestudering van internationalisering van kleinere bedrijven. Er zijn verschillende motieven voor het MKB om internationaal actief te worden: groei, met name in de latere fasen van de productlevenscyclus, en internaliserings-, eigendoms- en locatievoordelen. De beperkte empirische literatuur wijst vooralsnog op het bestaan van eigendomsspecifieke en locatiespecifieke voordelen als factoren die bepalend zijn voor internationale activiteiten van het (Zwitserse) MKB.

Internationale markten zijn niet meer uitsluitend het domein van grote bedrijven. Ze omvatten ook activiteiten van meer kleinschalige ondernemers en dit is niet beperkt tot uitsluitend exporteren. Geleidelijk heeft dit geleid tot toegenomen belangstelling voor 'internationaal ondernemerschap'. De gedachte dat het MKB langs de sporen van een incrementeel fasenmodel internationaliseert is recentelijk onder druk komen te staan, onder meer door empirische studies die wijzen op het bestaan van born globals. Daarbij is er ook meer nadruk komen te liggen op de rol van de ondernemer in het internationaliseringsproces. Met name voor MKB-bedrijven wordt de rol van ondernemer van groot belang geacht voor internationalisering van bedrijven.



### 3 Vormen van internationalisering en het meten van internationalisering

In dit hoofdstuk komt aan bod wat we in dit rapport verstaan onder internationalisering en welke vormen van internationalisering daarbij onderscheiden kunnen worden. Ook wordt ingegaan op de wijze waarop de mate van internationalisering van de onderneming vastgesteld kan worden, oftewel, hoe internationalisering gemeten kan worden in de praktijk.

#### 3.1 Vormen van internationalisering

Zoals in het vorige hoofdstuk al duidelijk werd, is er tegenwoordig steeds meer aandacht voor andere vormen van internationalisering dan alleen export. In het voorliggende rapport worden de volgende vormen van internationalisering onderscheiden:

- export;
- import;
- directe buitenlandse investeringen (DBI);
- grensoverschrijdende samenwerking.

##### *Export*

Export of uitvoer is 'de verkoop van goederen of diensten aan of het overmaken van kapitaal naar het buitenland'.<sup>1</sup> Het CBS houdt Nederlandse exportgegevens bij. Vanouds hadden exportstatistieken alleen betrekking op goederenuitvoer, maar sinds 2003 houdt het CBS ook gegevens bij over de export van diensten. Internationaal vergelijkende exportcijfers worden gepubliceerd door WTO, OECD en Eurostat.

Bij export kan onderscheid gemaakt worden tussen directe en indirecte export. In geval van directe export bedient een bedrijf zelfstandig de buitenlandse markt, bijvoorbeeld door direct te exporteren naar buitenlandse klanten of licenties te verkopen aan licentiehouders in het buitenland. Maar er is ook sprake van directe export wanneer de export plaatsvindt via een buitenlandse agent. In geval van indirecte export verloopt de export via een handelshuis of een andere binnenlandse intermediair (het bedrijf factureert niet direct zelf in het buitenland).

##### *Import*

Import of invoer is 'het betrekken van goederen, diensten of kapitaal uit het buitenland'.<sup>2</sup> Statistieken over de Nederlandse import worden gepubliceerd door het CBS. In statistisch opzicht betref import vanouds alleen de import van goederen. Tegenwoordig (sinds 2003) houdt het CBS echter ook de invoer van diensten bij. Bronnen voor internationaal vergelijkende importcijfers zijn 'International Trade Statistics' van de WTO en ook OECD en Eurostat houden internationaal vergelijkbare importstatistieken bij.

<sup>1</sup> Hartog, F. en A. Devreker (1979), *Encyclopedie van de Economie*, Elsevier, Amsterdam/Brussel.

<sup>2</sup> Hartog, F. en A. Devreker (1979), *Encyclopedie van de Economie*, Elsevier, Amsterdam/Brussel.

### *Directe buitenlandse investeringen (DBI)*

Buitenlandse investeringen kunnen plaatsvinden in de vorm van directe investeringen en portfolio-investeringen. Portfolio-investeringen zijn beleggingen in aandelen (fondsen, waardepapieren) van een bedrijf zonder het oogmerk om zeggenschap te krijgen in het bestuur van een onderneming. Ze zijn vooral gericht op het verwachte financiële rendement dat aan een financiële titel verbonden is. Ze zijn zeer liquide en kunnen snel worden onttrokken indien rendementsverwachtingen zich wijzigen. Directe buitenlandse investeringen worden voornamelijk gepleegd door ondernemingen die zich bezighouden met de productie van goederen en diensten. Ze hebben veelal een langere tijdshorizon dan portfolio-investeringen en dienen strategische ondernemingsdoelen. Een belangrijk kenmerk van DBI is dat het oogmerk is het verkrijgen van een belangrijke mate van zeggenschap in het bestuur van de onderneming in het partnerland. Kenmerkend is dus dat een entiteit in een ander land niet alleen in eigendom komt van een bedrijf maar dat dit hier ook managementcontrole of zeggenschap over heeft. Directe investeringen in het buitenland worden beschouwd als de meest verregaande vorm van internationalisering.

Er bestaan geen eenduidige definities voor DBI. De United Conference on Trade and Development (UNCTAD) stelt wereldwijde Foreign Direct Investment (FDI)-statistieken samen. UNCTAD definieert FDI als 'an investment involving a long-term relationship and reflecting a lasting interest and control of a resident entity in one economy (foreign direct investor or parent enterprise) in an enterprise resident in an economy other than that of the foreign direct investor (FDI enterprise or affiliate enterprise or foreign affiliate)<sup>1</sup>. Nederlandse gegevens over DBI worden bijgehouden door De Nederlandsche Bank (DNB). DNB rekent tot DBI transacties die samenhangen met de verwerving van aandelenkapitaal door ondernemingen in buitenlandse ondernemingen (door oprichting, fusie of overname) met als doel zeggenschap te krijgen in het bestuur van die onderneming. Daarnaast worden alle overige financiële transacties tussen gelieerde ondernemingen (leningen, ingehouden winsten, mutaties in onderlinge rekening-courant), evenals de aan- en verkopen van onroerend goed, tot DBI gerekend.<sup>2</sup> Op basis van deze definitie valt een heterogene groep kapitaalstromen onder DBI. Het gaat om internationale kapitaalstromen met als doel:

- overname van of fusie met bestaande bedrijven;
- het aangaan van joint ventures;
- het oprichten van een nieuwe vestiging ('greenfield' investering);
- het verstrekken van intra-concern leningen tussen moeder- en dochterbedrijf;
- het herinvesteren van ingehouden winsten van het dochterbedrijf.

Essentieel is dat DBI de overdracht van een geheel pakket aan hulpbronnen omvat en niet alleen financiële. Het duidelijkste voorbeeld van DBI is wanneer een bedrijf volledig eigenaar wordt van een nieuwe vestiging die het opricht in een ander land. Zo'n vestiging kan ontstaan door middel van overname van een bestaand lokaal bedrijf of door middel van een 'greenfield' investering, waarbij een geheel nieuwe vestiging wordt opgericht. Ook een joint venture is een bruikbare vorm, waarbij twee of meer bedrijven

<sup>1</sup> UNCTAD homepage ([www.unctad.org](http://www.unctad.org)), FDI Statistics, Sources & Definitions. Deze definitie is gebaseerd op OECD (1996), *Detailed Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, third edition*, Parijs en Internationaal Monetair Fonds (1993), *Balance of Payments Manual, fifth edition*, IMF, Washington D.C.

<sup>2</sup> Zie toelichting bij DNB statistieken over directe investeringen ([www.statistics.dnb.nl](http://www.statistics.dnb.nl)).

eigenaar zijn van een buitenlands bedrijf, of waarbij sprake is van een samenwerkingsverband met een in het buitenland gevestigde onderneming.

#### *Grensoverschrijdende samenwerking*

Een andere vorm van internationalisering bestaat uit grensoverschrijdende samenwerking. Er bestaat geen eenduidige definitie van grensoverschrijdende samenwerkingsverbanden. De OECD spreekt over grensoverschrijdende strategische allianties en publiceert hierover internationaal vergelijkende statistieken. De OECD definieert een strategische alliantie als 'an inter-firm co-operative relationship that enhances the effectiveness of competitive strategies of the participating firms through the trading of mutually beneficial resources, such as technologies, skills etc.'

Kenmerkend voor strategische allianties is dat bedrijven onafhankelijk blijven na het aangaan van de alliantie, dat samenwerkende bedrijven de opbrengsten van de alliantie delen en samen de prestaties op het behalen van de doelen controleren, en dat partners continu bijdragen aan een of meerdere terreinen van de alliantie, bijvoorbeeld technologie en/of productie.

## **3.2 Mate van internationalisering**

### *3.2.1 Het vaststellen van de mate van internationalisering*

Letto-Giellies<sup>1</sup> onderscheidt een aantal perspectieven en dimensies die van belang zijn bij het vaststellen van de mate van internationalisering.

#### *Perspectieven op internationalisering*

Bij het doen van onderzoek naar internationalisering kunnen drie perspectieven onderscheiden worden:

- 1 Het aggregatieniveau van de economie; hierbij kan het bijvoorbeeld gaan om bestudering van bepaalde typen bedrijven (grootbedrijf of MKB) en om de macro-economie. Ook kan een lokaal of regionaal niveau van aggregatie gekozen worden.
- 2 De vorm van internationalisering (import, export, DBI, grensoverschrijdende samenwerking).
- 3 Het soort activiteit (inkoop, verkoop, productie, R&D etc.) dat geïnternationaliseerd wordt en of er sprake is van bijv. voorwaartse of achterwaartse integratie of juist horizontale uitbreiding in andere landen. Het soort activiteit dat geïnternationaliseerd wordt hangt samen met factoren als de wijze waarop productie georganiseerd is en de verschillende stadia in de keten die zijn toegewezen aan een land of vestiging; beschikbaarheid en competenties van personeel in verschillende locaties; de rol die MKB-bedrijven spelen in de productieketen van grote multinationale ondernemingen; en de wijze waarop productie georganiseerd is binnen het bedrijf.

Verschillende combinaties van deze componenten zijn mogelijk, afhankelijk van het specifieke probleem dat bestudeerd wordt.

<sup>1</sup> Letto-Giellies, Grazia (2001), *Assessing the degree of internationalization. Some conceptual issues*, Southbank University, London; workshoppaper gepresenteerd op de workshop MIUR-ITG, Torino, 13 juni 2001 en op de workshop on 'The internationalisation of European SMEs: culture, entrepreneurship and competitiveness' georganiseerd door EC Socio-economic research Key Action in Brussel, 28 juni 2001.

### *Dimensies van de mate van internationalisering*

In aanvulling op de perspectieven zijn de volgende dimensies van belang bij het bepalen van de mate van internationalisering:

- Het intensiteitsniveau van buitenlandse activiteiten; hierbij gaat het om de relatieve omvang van buitenlandse activiteiten in relatie tot de omvang van binnenlandse activiteiten. Hiervoor kunnen verschillende maatstaven gehanteerd worden, zoals het aandeel buitenlandse verkopen van een bedrijf in de totale verkopen of de buitenlandse investeringen van een bedrijf in de totale investeringen.
- Het niveau van geografische uitgebreidheid van de internationale activiteiten en de mate waarin de activiteiten zijn uitgebreid over verschillende landen of regio's. Dit resulteert in indicatoren als het aantal landen waarin het bedrijf investeert of waarmee het bedrijf handel drijft en de mate waarin het zwaartepunt van activiteiten ligt binnen bepaalde regio's of gebieden.

### 3.2.2 *Bestudering van internationalisering van het MKB*

In dit onderzoek zal wat betreft het aggregatieniveau de focus liggen op MKB-bedrijven. Daarbij is het relevant om gegevens voor het MKB te koppelen aan gegevens op macro- en sectorniveau en aan bevindingen in het grootbedrijf. Ook vergelijkingen tussen activiteiten van het MKB in verschillende landen kunnen een aandachtspunt zijn.

#### *Hoe internationaliseert het MKB?*

Bij de bestudering van de wijze waarop MKB-bedrijven internationaliseren lijkt het vooralsnog een bruikbare indeling om per internationaliseringsvorm te kijken naar de omvang en ontwikkeling van deelname van het MKB aan de diverse vormen van internationalisering. Om een indruk van de internationale positie van het MKB in een land te krijgen kan de deelname van het MKB aan een internationaliseringsvorm binnen een land vergeleken worden met deelname van het MKB aan deze vorm in andere landen. Om een indruk van de nationale bijdrage van het MKB te krijgen kan de deelname van het MKB aan de internationaliseringsvormen vergeleken worden met het bedrijfsleven als geheel, waarbij onderscheid gemaakt kan worden naar sector en grootteklasse<sup>1</sup>. Ook kan ingegaan worden op het soort activiteit dat wordt geïnternationaliseerd. Per vorm kan vervolgens aangegeven worden wat het intensiteitsniveau is van de buitenlandse activiteiten en wat de geografische uitgebreidheid (landenoriëntatie) is.

#### *Waarom internationaliseert het MKB?*

Motieven van internationalisering geven inzicht in de redenen waarom MKB-bedrijven internationaliseren. Motieven kunnen echter niet losgezien worden van knelpunten en risico's. Met name voor MKB-bedrijven kan internationalisering van activiteiten verschillende risico's met zich meebrengen, wat te maken heeft met de beperkte middelen (financiële en personele) die zij tot hun beschikking hebben.

<sup>1</sup> Binnen EIM-onderzoek is het gebruikelijk om voor MKB-bedrijven onderscheid te maken naar grootteklasse. Een gangbare indeling is die tussen kleinbedrijf (0-9 werkzame personen) en middenbedrijf (10-100 werkzame personen). Bij het grootbedrijf gaat het om bedrijven met meer dan 100 werkzame personen.

### 3.3 Conclusie

Op basis van een combinatie van het voorgaande zal de volgende structuur als basis dienen voor het vervolg van het rapport. Per internationaliseringsvorm volgt een overzicht van:

- omvang en ontwikkeling internationaliseringsvorm door het MKB in internationaal perspectief en in nationaal opzicht naar grootteklasse en sector
- soort activiteit dat wordt geïnternationaliseerd
- intensiteitsniveau
- geografische oriëntatie
- motieven voor de internationalingsvorm
- knelpunten bij de internationaliseringsvorm.



## 4 Export door het MKB

In dit hoofdstuk komt aan de orde wat tot nu toe bekend is over export door het Nederlandse MKB. Er wordt ingegaan op de volgende onderwerpen:

- Omvang en ontwikkeling export door het MKB in internationaal perspectief en in nationaal opzicht naar grootteklasse en sector
- Soort activiteit
- Intensiteitsniveau
- Geografische oriëntatie
- Motieven voor export
- Knelpunten bij export.

Onderzoek naar internationalisering van het MKB bestond vanouds vooral uit exportonderzoek. EIM heeft in de loop van de jaren diverse exportonderzoeken uitgevoerd.<sup>1</sup>

Daarnaast rapporteert EIM jaarlijks in *Kleinschalig Ondernemen* over export door het MKB. Tot slot houdt EIM sinds 1996 een *Exportthermometer* bij, waarin gegevens over de omvang en ontwikkeling van de export door het industriële MKB zijn opgenomen.

Als input voor dit hoofdstuk is zo veel mogelijk gebruik gemaakt van deze EIM-studies en andere bestaande studies en data over export door het Nederlandse MKB en tevens van indicaties die uit expertinterviews naar voren zijn gekomen.

Als input voor dit hoofdstuk is voornamelijk geput uit:

- WTO, International Trade Statistics
- CBS-data
- Diverse EIM-onderzoeken
- EIM *Exportthermometer*
- ENSR Enterprise Survey 2003
- EIM MKB-Beleidspanel.

### 4.1 Omvang en ontwikkeling export door het MKB

#### 4.1.1 *Internationale exportpositie MKB*

Nederland is een van de grootste exporteurs in de wereld. Tabel 3 geeft een overzicht van de tien belangrijkste exporteurs van goederen en diensten in de wereld. Nederland neemt een negende plaats in wat betreft de export van goederen en een achtste plaats ten aanzien van de export van diensten.

<sup>1</sup> Zie onder andere Elk, J.W. van en M.J. Overweel (1991), *Met Kracht Naar Het Buitenland*, ABN-AMRO Bank, Amsterdam; Jong, J.P.J. de en M.J. Overweel (1998), *Op zoek naar potentiële exporteurs*, EIM, Zoetermeer; Overweel M.J. (1999), *Ontsluiting Export Potentie Meter voor ondernemers, De Export Vaardigheids Test*, EIM, Zoetermeer; Overweel, M.J. en Y.M. Prince (2000), *De export van het Nederlandse MKB: een vergelijking met het Deense MKB*, EIM, Zoetermeer; Braaksma, R.M. (2003), *Exportontwikkeling van het MKB*, EIM, Zoetermeer; Prince, Y.M., S.J.A. Hessels en W.H.J. Verhoeven (2004), *Factors influencing export development of Dutch manufactured products*, EIM, Zoetermeer. Hessels, Jolanda en Kees Bakker (2004), *Exportprestaties van het industriële MKB in 2003*, EIM, Zoetermeer.

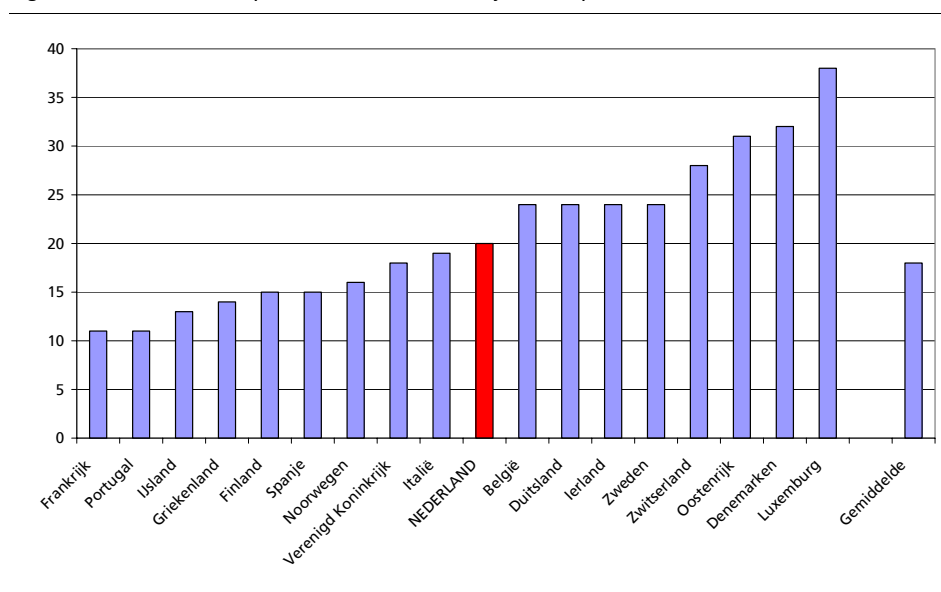
tabel 3 Top-tien van voornaamste exporteurs van goederen en diensten in de wereld, in procenten van de totale wereldexport, 2002

<i>Exporteur van goederen</i>	<i>%</i>	<i>Exporteur van diensten</i>	<i>%</i>
1. Verenigde Staten	10,7	1. Verenigde Staten	17,4
2. Duitsland	9,5	2. Verenigd Koninkrijk	7,8
3. Japan	6,5	3. Duitsland	6,3
4. Frankrijk	5,1	4. Frankrijk	5,5
5. China	5,0	5. Japan	4,1
6. Verenigd Koninkrijk	4,3	6. Spanje	4,0
7. Canada	3,9	7. Italië	3,8
8. Italië	3,9	8. Nederland	3,4
9. Nederland	3,8	9. Hong Kong, China	2,9
10. België	3,3	10. China	2,5

Bron: EIM 2004 op basis van WTO, International Trade Statistics 2003.

Op basis van gegevens uit de ENSR Enterprise Survey is het mogelijk om de export van het Nederlandse MKB te vergelijken met export door MKB-bedrijven in andere landen. Duidelijk is dat het MKB in vergelijking met andere Europese landen geen toppositie inneemt wat betreft het percentage exporterende MKB-bedrijven.<sup>1</sup>

figuur 1 Aandeel exporterende MKB-bedrijven, in procenten, 2003



Bron: EIM 2004 op basis van ENSR Enterprise Survey 2003.

Uit figuur 1 wordt duidelijk dat het aandeel exporterende MKB-bedrijven in Nederland net iets boven het gemiddelde voor alle landen ligt. Luxemburg heeft naar verhouding het hoogste aandeel exporterende MKB-bedrijven. Maar ook Oostenrijk, België, Dene-

<sup>1</sup> In deze vergelijking bestaat het MKB uit alle bedrijven tot 250 werkzame personen. Daar waar later in dit hoofdstuk alleen Nederlandse gegevens op basis van het EIM MKB-Beleidspanel worden gepresenteerd, betreft het het MKB tot 100 werkzame personen.

marken, Duitsland, Ierland, Zweden en Zwitserland kennen een hoger aandeel exporterende MKB-bedrijven dan Nederland.

#### 4.1.2 Nationale exportpositie MKB

##### *Export naar grootteklasse*

Op basis van CBS-gegevens is het mogelijk om aan te geven hoe de export van het Nederlandse bedrijfsleven als geheel zich de afgelopen jaren ontwikkeld heeft. In tabel 4 is een overzicht te vinden van de ontwikkeling van de Nederlandse export voor de periode 1996-2003. Hieruit blijkt dat de uitvoerwaarde in de periode tot en met 2001 voortdurend gestegen is. In 2002 was echter sprake van een daling van de uitvoerwaarde ten opzichte van 2001. In 2003 is de uitvoerwaarde nagenoeg stabiel gebleven ten opzichte van 2002.

**tabel 4** Exportontwikkeling Nederlandse bedrijfsleven (alleen particulier), 2003

<i>Jaren</i>	<i>Uitvoerwaarde (in miljarden euro's)</i>
1996	153,7
1997	171,4
1998	180,7
1999	188,6
2000	231,8
2001	241,3
2002	232,7
2003	232,8

*Bron: CBS, Statline 2003.*

Een indicatie over de omvang en ontwikkeling van export door het Nederlandse MKB kan verkregen worden op basis van het KTO-model.<sup>1</sup> Dit model vormt tezamen met CBS-cijfers de basis voor de jaarlijkse EIM-rapportage Kleinschalig Ondernemen<sup>2</sup>. Gemeeten op afzetbasis komt 18% voor rekening van het Nederlandse MKB in 2002 en in 2003 bedraagt dit aandeel 24% (zie tabel 5).

<sup>1</sup> Het KTO-model is een sectormodel naar grootteklasse van de Nederlandse economie, waarmee EIM hoofdzakelijk kortetermijnprognoses maakt. De korte termijn heeft betrekking op de afgelopen twee jaren, het huidige jaar en het eerstvolgende jaar. Ook kent het model een voorziening waarmee maximaal drie aanvullende jaren geprognosticeerd kunnen worden. Dit biedt de mogelijkheid om ook middellangetermijnprognoses te maken met het KTO-model.

<sup>2</sup> Zie bijvoorbeeld: EIM (2004), *Kleinschalig Ondernemen 2004. Structuur en ontwikkeling van het Nederlandse MKB*, Zoetermeer; Peeters, H.H.M. en K.L. Bangma (2003), *Kleinschalig Ondernemen 2003*, EIM, Zoetermeer.

**tabel 5 Exportsamenstelling in 2002-2003\***

	<i>In procenten 2002</i>	<i>In procenten 2003</i>
MKB	18	24
Grootbedrijf	42	45
Totaal particulier bedrijfsleven	60	69
Niet-particuliere sector/statistische verschillen	8	-2
Doorvoer	32	33
Totaal in Nederland	100	100

\* *De gepresenteerde gegevens betreffen de afzet, zodat dubbeltellingen van bijvoorbeeld door de industrie vervaardigde producten en door de groothandel uitgevoerde producten niet voorkomen.*  
*Bron: EIM 2004 op basis van KTO-model en CBS.*

Het MKB is minder sterk gericht op buitenlandse markten dan het grootbedrijf. Belangrijke MKB-sectoren zoals de detailhandel, de bouw, de horeca en de autosector zijn vooral binnenlands gericht. De betekenis van het MKB in geld gemeten in de totale export is minder groot dan die van het grootbedrijf. De indirecte betekenis van de export voor het MKB is echter groot vanwege (intermediaire) leveringen aan exporterende bedrijven. De schatting is dat het MKB circa 30% van de totale export van het particuliere bedrijfsleven voor zijn rekening neemt als deze (intermediaire) leveringen worden meegenomen.<sup>1</sup>

De bijdrage aan de export van het particuliere bedrijfsleven neemt toe wanneer de omvang van het bedrijf groter is (zie tabel 6). Binnen het MKB is het kleinbedrijf (0-9 werkzame personen) duidelijk verantwoordelijk voor een kleiner aandeel in de export dan het middenbedrijf (10-100 werkzame personen).

**tabel 6 Bijdrage aan de export van het particuliere bedrijfsleven naar grootteklasse 2002, in procenten**

	<i>2002</i>
Kleinbedrijf	7
Middenbedrijf	22
Grootbedrijf	71
Totaal	100

*Bron: EIM 2003 op basis van het KTO-model.*

Gelet op het aandeel exporterende MKB-bedrijven blijkt dat in 2004 zo'n 18% van de MKB-bedrijven aan export doet.<sup>2</sup> Het aandeel exporterende bedrijven neemt toe naar grootteklasse. Terwijl in het kleinbedrijf 17% van de bedrijven exporteert, geldt dit voor 34% van de MKB-bedrijven in het middenbedrijf. Omdat verreweg de meeste bedrijven behoren tot het kleinbedrijf is het gemiddelde voor alle bedrijven vooral een afspiegeling van het gemiddelde voor het kleinbedrijf.

<sup>1</sup> Peeters, H.H.M. en K.L. Bangma (2003), *Kleinschalig Ondernemen 2003*, EIM, Zoetermeer.

<sup>2</sup> EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

### Export naar sector

Uit de publicaties Kleinschalig Ondernemen kan opgemaakt worden wat de belangrijkste exportsectoren zijn voor het Nederlandse MKB.<sup>1</sup> De industrie levert de belangrijkste bijdrage aan de uitvoerwaarde van het MKB, gevolgd door de groothandel. Gezamenlijk nemen zij ongeveer de helft van de totale uitvoerwaarde van het MKB voor hun rekening (zie tabel 7). De bouwnijverheid, de detailhandel, de horeca en de autosector hebben een verwaarloosbaar klein aandeel in de MKB-export.

**tabel 7** Aandeel van sectoren in de totale uitvoerwaarde van het MKB in 2003, in procenten

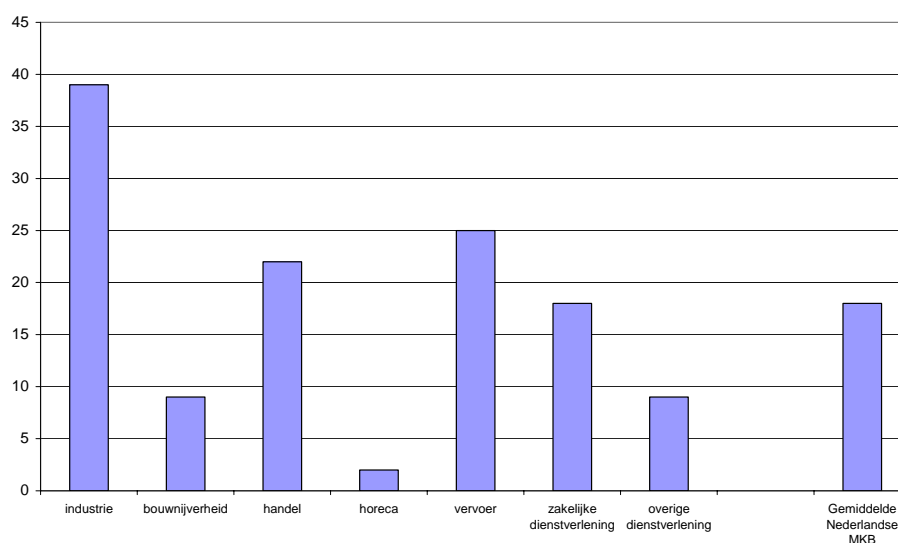
<i>Sectoren</i>	<i>Aandeel in MKB-export 2003</i>
Industrie	30
Bouw	1
Groothandel	21
Detailhandel	1
Horeca	0
Autosector	2
Transport en communicatie	12
Dienstverlening	18
Overige sectoren	15
Totaal	100

*Bron: EIM 2004 op basis van het KTO-model.*

Zoals gezegd doet gemiddeld 18% van de MKB-bedrijven in 2004 aan export. Per sector is het mogelijk om te bekijken in welke mate bedrijven aan export doen. Gelet op het aandeel bedrijven blijkt dat de industrie naar verhouding de meeste exporterende MKB-bedrijven heeft (zie figuur 2). 39% van de MKB-bedrijven in deze sector behaalde in 2004 omzet uit export. In de vervoers- en handelssector exporteert respectievelijk zo'n 25% en 22% van de MKB-bedrijven in 2004. In de zakelijke dienstverlening wordt door 18% van de bedrijven geëxporteerd. In de overige bedrijfssectoren zijn naar verhouding weinig bedrijven die aan export doen.

<sup>1</sup> EIM (2004), *Kleinschalig Ondernemen 2004. Structuur en ontwikkeling van het Nederlandse MKB*, Zoetermeer.

figuur 2 Aandeel exporterende bedrijven per sector in het MKB, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

Het is dus duidelijk dat vooral de industrie naar verhouding een hoog aandeel bedrijven heeft die zich bezighouden met het exporteren van goederen en diensten. EIM houdt sinds 1996 jaarlijks de Exportthermometer bij, waarin gegevens over het niveau en de ontwikkeling van de export van het industriële MKB opgenomen zijn. Ook bevat de dataset gegevens over de Nederlandse export van industriële producten naar bestemming. Gelet op de industriële sectoren valt op dat de chemische industrie, de voedings- en genotmiddelenindustrie en vervaardiging van machines en apparaten binnen de industrie de belangrijkste exportsectoren zijn voor het MKB.<sup>1</sup>

Een verdeling van het totale aantal MKB-exporteurs naar sector levert het volgende beeld op (zie tabel 8). De meeste exporteurs bevinden zich in de handelssector. De zakelijke dienstverlening is goed voor een kwart van de exporteurs en de industrie voor ongeveer een vijfde.

<sup>1</sup> Hessels, Jolanda en Kees Bakker (2004), *Exportprestaties van het industriële MKB in 2003*, EIM, Zoetermeer.

tabel 8 Verdeling van het aandeel exporterende MKB-bedrijven naar sector, in procenten, 2004

<i>Sector</i>	<i>Verdeling Nederlandse MKB naar sector</i>	<i>Verdeling aandeel MKB-bedrijven die exporteren naar sector</i>
Industrie	9	18
Bouw	14	7
Handel	31	37
Horeca	7	1
Vervoer	5	8
Zakelijke dienstverlening	29	27
Overige dienstverlening	5	2
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

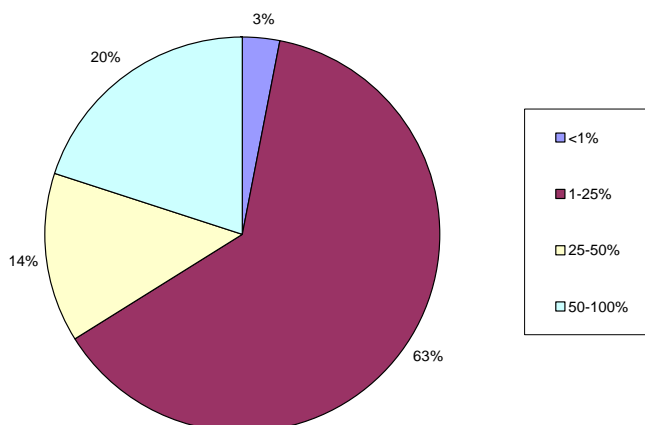
#### 4.1.3 Soort activiteit

Het is duidelijk dat het bij export de verkoopfunctie is die geïnternationaliseerd is. De Nederlandse export is op te splitsen in drie deelactiviteiten, namelijk 1) doorvoeractiviteiten, 2) leveringen door het bedrijfsleven aan het buitenland en 3) overige export (onder andere export vanuit de landbouw-, bosbouw- en visserijsector en de delfstoffenwinning, consumptie door buitenlanders in Nederland). Met een aandeel van circa tweederde maken de leveringen door het bedrijfsleven aan het buitenland het grootste deel uit van de exportafzet in 2003. Het aandeel van de doorvoer bedroeg in 2003 ongeveer een derde.

#### 4.1.4 Intensiteitsniveau

Op basis van gegevens over het aandeel van de export in de omzet kan een indicatie gegeven worden van de intensiteit van de export door het MKB. Voor meer dan de helft van de exporterende MKB-bedrijven bedraagt de export een klein deel van de totale omzet (tot 25%) (zie figuur 3). Met andere woorden, bij meer dan de helft van de exporteurs is minder dan een kwart van de verkoop geïnternationaliseerd. Daarentegen is bij een vijfde van het exporterende MKB meer dan de helft van de verkoop geïnternationaliseerd. Voor een klein deel van de exporterende bedrijven (3%) heeft de export een marginaal aandeel (minder dan 1%) in de totale omzet.

figuur 3 Aandeel van export in totale omzet Nederlandse MKB-bedrijven, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

#### 4.1.5 Geografische oriëntatie

Voor het Nederlandse bedrijfsleven als geheel is een top-tien van de belangrijkste exportlanden gegeven in tabel 9. Duitsland en België zijn veruit de belangrijkste exportlanden. De Verenigde Staten is het enige niet-Europese land dat in de top-tien van belangrijkste exportlanden te vinden is.

tabel 9 Top-tien van belangrijkste exportlanden van het Nederlandse bedrijfsleven, 2003

Exportland	Uitvoerwaarde (miljarden euro's)	Aandeel in totale Nederlandse export
1. Duitsland	56,6	24%
2. België	27,5	12%
3. Verenigd Koninkrijk	23,9	10%
4. Frankrijk	23,2	10%
5. Italië	14,0	6%
6. Verenigde Staten	11,4	5%
7. Spanje	8,7	4%
8. Zweden	4,6	2%
9. Zwitserland	3,8	2%
10. Oostenrijk	3,6	2%

Bron: CBS, Statline 2003.

In tabel 10 is een overzicht te vinden van de belangrijkste exportbestemmingen voor het MKB. De belangrijkste exportmarkten van het Nederlandse MKB bevinden zich in Europa, met name de EU-15. Duitsland en België zijn evenals voor het Nederlandse bedrijfsleven als geheel veruit de populairste exportlanden. Nabijheid en bereikbaarheid van markten is van groot belang voor exporterende MKB-bedrijven. Buiten de EU-15 zijn

Centraal- en Oost-Europa en de Verenigde Staten de voornaamste exportmarkten voor het MKB.

tabel 10 Exportoriëntatie van het Nederlandse MKB, in procenten, 2004

<i>Geografische oriëntatie</i>	<i>% van MKB-bedrijven dat exporteert</i>
<b>Europa</b>	<b>89</b>
EU-15	82
Duitsland	29
België	27
Frankrijk	7
Groot-Brittannië	6
Spanje	5
Italië	2
Centraal- en Oost-Europa	5
<b>Noord-Amerika</b>	<b>5</b>
Verenigde Staten	4
<b>Latijns-Amerika</b>	<b>2</b>
<b>Azië</b>	<b>3</b>
<b>Midden-Oosten en Afrika</b>	<b>1</b>
<b>Wereld</b>	<b>100</b>

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

## 4.2 Motieven en knelpunten bij export door het MKB

### 4.2.1 *Motieven voor export*

Het belangrijkste motief voor export van Nederlandse MKB-bedrijven is toegang tot nieuwe en grotere markten voor producten en diensten.<sup>1</sup> Dit is logisch gezien de beperkte omvang van de binnenlandse markt in Nederland. MKB-bedrijven exporteren vaak om een optimale schaal te bereiken in combinatie met een beperkte thuismarkt. Ook toegang tot kennis en technologie is een belangrijk motief voor export.

<sup>1</sup> ENSR Enterprise Survey 2003.

**Box I: Determinanten van exportontwikkeling**

Recentelijk heeft EIM een studie gedaan waarin factoren zijn geïdentificeerd die een mogelijke verklaring bieden voor de exportontwikkeling van de Nederlandse industrie in de periode 1995-2002<sup>1</sup>. Het gaat om factoren in relatie tot:

- het internationale bedrijfsleven, zoals de internationale conjunctuur, internationale concurrentie, wisselkoersen, directe buitenlandse investeringen, het betreden van nieuwe exportmarkten, handelsbarrières, veranderingen in de EU en EU-beleid;
- kenmerken van producten, zoals mate van innovativiteit en samenstelling van het exportpakket;
- de wijze waarop producten geproduceerd en geëxporteerd worden, zoals diverse kosten, arbeidsproductiviteit, beschikbaarheid van personeel en de aanwezige capaciteit;
- kenmerken van de binnenlandse markt, zoals binnenlandse concurrentie en nationaal beleid;
- exogene factoren.

Er is bekeken welke specifieke factoren de exportontwikkeling van de voedings- en genotmiddelenindustrie en de chemische industrie, de belangrijkste industriële exportsectoren voor zowel het MKB als het grootbedrijf, grotendeels kunnen verklaren. Voor de voedings- en genotmiddelenindustrie geldt dat in de periode 1995-2002 vooral de factoren 'samenstelling van het exportpakket' en 'exogene factoren' (bijv. dierziekten) van invloed zijn geweest. Voor de chemische industrie waren met name de factoren 'internationale conjunctuur', 'wisselkoersen', 'loonkosten in relatie tot arbeidsproductiviteit' en 'de aanwezige capaciteit/overcapaciteit' van groot belang.

#### 4.2.2 Knelpunten

In tabel 11 is een overzicht te vinden van knelpunten waar exporterende bedrijven tegenaan lopen. Belangrijke knelpunten bij export zijn de hoge kosten van het internationaliseringsproces, bestaande wet- en regelgeving en de prijs van producten en diensten. Gebrek aan kapitaal is ook een veelgenoemd knelpunt. Daarnaast spelen onvoldoende kennis en vaardigheden bij het eigen bedrijf een rol. Het kan dan bijvoorbeeld gaan om het gebrek aan marktkennis (do's en don'ts) of om gebrek aan algemene kennis over export. Bekend is dat gebrek aan kennis over exportmanagement vaak een knelpunt vormt in het proces<sup>2</sup>. Cultuur- en taalverschillen vormen ook een belangrijk knelpunt bij export voor het MKB.

<sup>1</sup> Prince, Y.M., S.J.A. Hessels en W.H.J. Verhoeven (2004), *Factors influencing export development of Dutch manufactured products*, EIM, Zoetermeer.

<sup>2</sup> Elk, J.W. van en M.J. Overweel (1991), *Met Kracht Naar Het Buitenland*, ABN-AMRO Bank, Amsterdam; Jong, J.P.J. de en M.J. Overweel (1998), *Op zoek naar potentiële exporteurs*, EIM, Zoetermeer; Overweel, M.J. (1999), *Ontsluiting Export Potentie Meter voor ondernemers*, EIM, Zoetermeer.

tabel 11 Knelpunten bij internationalisering, percentage van exporterende MKB-bedrijven, 2003

<i>Knelpunten</i>	<i>% van MKB-bedrijven dat exporteert</i>
Onvoldoende kennis en vaardigheden bij eigen bedrijf	20
Kwaliteit en/of specificaties van producten en diensten	17
Hoge kosten van het internationaliseringsproces	30
Prijs van producten en diensten	24
Gebrek aan informatie	7
Gebrek aan ondersteuning en/of advies	11
Bestaande wet- en regelgeving	28
Cultuur- en taalverschillen	20
Gebrek aan kapitaal of financiële middelen	21
Anders	20
Weet niet/wil niet zeggen	8

Bron: EIM 2004 op basis van ENSR Enterprise Survey 2003.

Naast de hierboven aangegeven knelpunten vormt gebrek aan tijd ook een belangrijk probleem bij het managen van internationalisering. Dit geldt met name in kleine bedrijven, waar de directeur of eigenaar bijvoorbeeld ook vaak productiemedewerker, manager en boekhouder is. Uit onderzoek blijkt dat de kwaliteit en 'drive' van het management sleutelfactoren zijn voor exportsucces.<sup>1</sup> Andere belangrijke problemen die genoemd worden in diverse onderzoeksrapporten zijn betalingsrisico's, het vinden van een buitenlandse agent, onvoldoende capaciteit en concurrentie uit lagelonenlanden.<sup>2</sup>

### 4.3 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft laten zien dat er relatief veel informatie beschikbaar is over export door het MKB, die ook regelmatig wordt geüpdatet. De vorm van internationalisering 'export' komt voor bij 18% van het Nederlandse MKB. Het Nederlandse MKB blijft qua aandeel exporterende bedrijven achter bij enkele andere Europese landen. Het zijn met name bedrijven in de industrie, transport en groothandel die actief zijn op exportgebied in Nederland. Bij de meeste MKB-bedrijven is de verkoop in het buitenland beperkt tot hooguit een kwart van hun omzet. Voor een klein deel van het MKB geldt dat zij een groot deel afzetten in het buitenland. Het Nederlandse MKB richt zich met export grotendeels op de EU, en met name op België en Duitsland. Groei is het belangrijkste motief om te exporteren, de hoge kosten van het internationaliseringsproces en bestaande wet- en regelgeving de belangrijkste knelpunten.

Er is vooral veel informatie beschikbaar over export in de industrie. Gebleken is echter dat ruim een derde van de exporteurs afkomstig is uit de handelssector en circa een kwart uit de zakelijke dienstverlening. Dit kan aanleiding geven om toekomstig onderzoek wat meer te concentreren op deze sectoren.

<sup>1</sup> Jong, J.P.J. de en M.J. Overweel (1998), *Op zoek naar potentiële exporteurs*, EIM, Zoetermeer.

<sup>2</sup> Prince, Y.M. en R.A. Versfeld (1996), *Exportkansen voor MKB: Key-Regio's*, Stichting Exportraad Midden- en Kleinbedrijf, Voorburg.



## 5 Import door het MKB

Recentelijk is er meer aandacht gekomen voor onderzoek naar import door het MKB.<sup>1</sup> Dit heeft te maken met het gegeven dat het belang van importen voor de Nederlandse economie steeds meer wordt onderkend. De meerwaarde van import ligt onder meer in een upgradering van Nederlandse producten, de ontwikkeling van innovatieve producten en de kruisbestuiving van export en import. Daarbij speelt het inzicht een rol dat het bij internationalisering in veel gevallen niet gaat om geïsoleerde activiteiten. Export en import komen bijvoorbeeld vaak in combinatie voor.

In dit hoofdstuk komt aan de orde wat tot nu toe bekend is over import door het Nederlandse MKB. Er wordt ingegaan op de volgende onderwerpen:

- Omvang en ontwikkeling import door het MKB in internationaal perspectief en in nationaal opzicht naar grootteklasse en sector
- Soort activiteit
- Intensiteitsniveau
- Geografische oriëntatie
- Motieven voor import
- Knelpunten bij import.

Als input voor dit hoofdstuk is zo veel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande studies en data over import door het Nederlandse MKB. Ook is gebruik gemaakt van indicaties die uit expertinterviews naar voren zijn gekomen. De belangrijkste bronnen voor dit hoofdstuk zijn:

- WTO, International Trade Statistics
- CBS-data
- EIM-onderzoek
- EIM MKB-Beleidspanel (diverse metingen vanaf 2001)
- ENSR Enterprise Survey 2003.

### 5.1 Omvang en ontwikkeling import door het MKB

#### 5.1.1 *Internationale importpositie MKB*

In tabel 12 is een overzicht gegeven van de landen die verantwoordelijk zijn voor het grootste aandeel van de importen in de wereld. In vergelijking met andere landen geldt evenals bij export dat Nederland een plaats inneemt in de top-tien van voornaamste importeurs van goederen en diensten in de wereld. Wat betreft de import van goederen neemt Nederland een negende plaats in en op het gebied van import van diensten staat Nederland op de zevende plaats.

<sup>1</sup> Onder andere: Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*, EIM, Zoetermeer; Hessels, Jolanda en Maarten Overweel (2003), *Dienstverlening aan importerende bedrijven. Welke rol kan de EVD hierin vervullen?*, EVD/EIM, Den Haag/Zoetermeer.

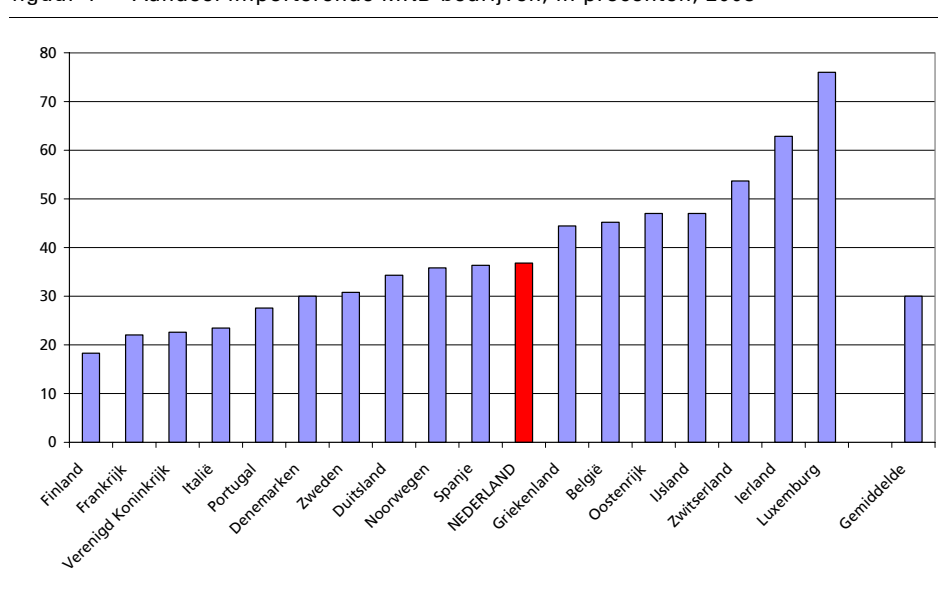
tabel 12 Top-tien van voornaamste importeurs van goederen en diensten in de wereld, in procenten van de totale wereldimport, 2002

<i>Importeur van goederen</i>	<i>%</i>	<i>Importeur van diensten</i>	<i>%</i>
1. Verenigde Staten	18,0	1. Verenigde Staten	13,3
2. Duitsland	7,4	2. Duitsland	9,6
3. Verenigd Koninkrijk	5,2	3. Japan	6,9
4. Japan	5,0	4. Verenigd Koninkrijk	6,6
5. Frankrijk	4,9	5. Frankrijk	4,4
6. China	4,4	6. Italië	4,0
7. Italië	3,6	7. Nederland	3,6
8. Canada	3,4	8. China	3,0
9. Nederland	3,3	9. Canada	2,7
10. Hong Kong, China	3,1	10. Ierland	2,6

Bron: EIM 2004 op basis van WTO, *International Trade Statistics 2003*.

Gegevens uit de ENSR Enterprise Survey 2003 bieden de mogelijkheid om import door het Nederlandse MKB te vergelijken met import door MKB-bedrijven in andere landen.

figuur 4 Aandeel importerende MKB-bedrijven, in procenten, 2003



Bron: EIM 2004 op basis van ENSR Enterprise Survey 2003.

In figuur 4 wordt duidelijk dat het aandeel importerende MKB-bedrijven<sup>1</sup> in Nederland iets boven het gemiddelde ligt voor alle landen. Luxemburg, Ierland en Zwitserland behoren tot de landen met het grootste aandeel importerende MKB-bedrijven. Verder is in Oostenrijk, België, Griekenland en IJsland het aandeel importerende MKB-bedrijven hoger dan in Nederland.

<sup>1</sup> In deze vergelijking bestaat het MKB uit alle bedrijven tot 250 werkzame personen. Daar waar later in dit hoofdstuk alleen Nederlandse gegevens op basis van het EIM MKB-Beleidspanel worden gepresenteerd, betreft het het MKB tot 100 werkzame personen.

### 5.1.2 Nationale importpositie MKB

#### *Import naar grootteklasse*

Het CBS publiceert cijfers over de omvang van de import door het Nederlandse bedrijfsleven. In tabel 13 is een overzicht te vinden van de invoerwaarde voor de periode 1996-2003. Hieruit blijkt dat de importen in de periode 1996-2001 voortdurend zijn gestegen. In de periode 2001-2002 zijn de importen echter sterk gedaald. In 2003 is de invoerwaarde vrijwel gelijk gebleven ten opzichte van 2002.

**tabel 13** Importontwikkeling Nederlandse bedrijfsleven (alleen particulier), 1996-2003

<i>Jaren</i>	<i>Invoerwaarde (in miljarden euro's)</i>
1996	139,9
1997	157,4
1998	168,4
1999	178,7
2000	216,1
2001	218,3
2002	205,6
2003	205,5

*Bron: CBS, Statline 2003.*

Een indicatie over de omvang en ontwikkeling van import door het MKB tot 100 werkzame personen kan verkregen worden op basis van het EIM MKB-Beleidspanel. Sinds 2001 wordt aan de bedrijven die deelnemen aan dit panel standaard gevraagd of zij importeren. Uit de resultaten komt naar voren dat ongeveer een kwart van het Nederlandse MKB goederen en diensten importeert. In 2004 importeert 26% van de MKB-bedrijven.<sup>1</sup>

In het algemeen gesproken neemt het percentage importeurs toe bij oplopende grootteklasse. In het kleinbedrijf (bedrijven met 1 t/m 9 werkzame personen) importeert 25% van de bedrijven in het particuliere bedrijfsleven. In het middenbedrijf (bedrijven met 10 t/m 100 werkzame personen) bedraagt het aandeel van importerende bedrijven 40%. In de industrie lijkt het verband tussen ondernemingsgrootte en het al dan niet importeren sterker dan in de overige sectoren. In de industrie importeert namelijk 36% van het kleinbedrijf en 67% van het middenbedrijf. Een uitzondering op deze wetmatigheid vormt de financiële dienstverlening. Hier lijkt het verband tussen ondernemingsgrootte en het al dan niet importeren eerder negatief dan positief te zijn.<sup>2</sup>

#### *Import naar sector*

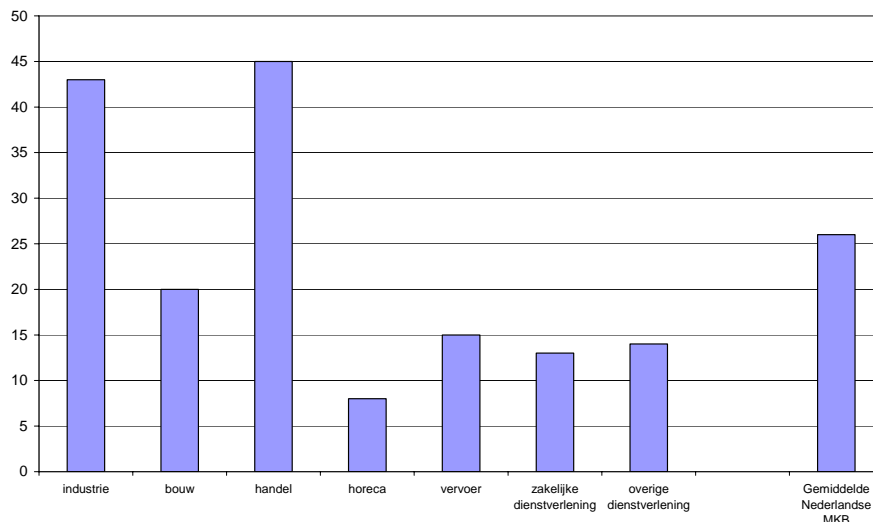
In 2004 importeert 26% van de MKB-bedrijven. Net als exporterende bedrijven zijn ook importerende bedrijven niet gelijkmatig over de sectoren verdeeld (zie figuur 5). Zo tref-

<sup>1</sup> EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

<sup>2</sup> Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*, EIM, Zoetermeer.

fen we in de industrie en de handel relatief meer importerende ondernemingen aan dan in de overige sectoren.

figuur 5 Percentage importerende bedrijven per sector in het MKB, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

Gelet op de verdeling van het aandeel importerende bedrijven naar sector valt op dat meer dan de helft van de importeurs zich bevindt in de handelssector (zie tabel 14). 14% van de importeurs is te vinden in de industrie en de zakelijke dienstverlening is eveneens goed voor 14% van het totale aantal importeurs in het MKB.

tabel 14 Verdeling van het aandeel importerende MKB-bedrijven naar sector, in procenten, 2004

Sector	Verdeling Nederlandse MKB naar sector	Verdeling aandeel MKB-bedrijven die importeren naar sector
Industrie	9	14
Bouw	14	11
Handel	31	53
Horeca	7	2
Vervoer	5	3
Zakelijke dienstverlening	29	14
Overige dienstverlening	5	3
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

### 5.1.3 Soort activiteit

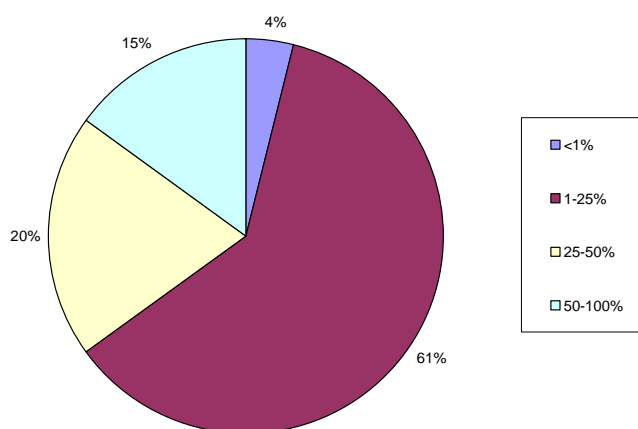
Bij het soort activiteit is het in het geval van importen mogelijk een uitsplitsing te maken naar 'invoer voor doorvoer', 'invoer voor het productieproces' en 'invoer voor finale be-

stedingen'. In 2003 bestond 32% van de totale invoerwaarde uit invoer voor doorvoer, 47% uit intermediaire leveringen en 11% uit invoer voor finale bestedingen.<sup>1</sup>

#### 5.1.4 Intensiteitsniveau

Een indicatie voor de intensiteit van importen vormt het aandeel dat de importkosten uitmaken van de totale bedrijfskosten. In figuur 6 is een overzicht gegeven van het aandeel van de bedrijfskosten van MKB-bedrijven dat naar leveranciers in het buitenland is gegaan. Het blijkt dat voor het merendeel van de MKB-bedrijven de import een klein deel (minder dan een kwart) van de totale bedrijfskosten uitmaakt. Voor 4% van de importeurs bedraagt de import slechts een marginaal deel (minder dan 1%) van de totale bedrijfskosten.

figuur 6 Aandeel van bedrijfskosten dat naar leveranciers in het buitenland is gegaan, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

#### 5.1.5 Geografische oriëntatie

Op basis van data van het CBS wordt duidelijk wat voor het Nederlandse bedrijfsleven als geheel de belangrijkste importlanden zijn. Evenals bij export geldt dat Duitsland en België de belangrijkste handelspartners zijn. Er zijn ook een aantal niet-Europese landen (de Verenigde Staten, China, Rusland en Taiwan) die behoren tot de belangrijkste importlanden voor het Nederlandse bedrijfsleven.

<sup>1</sup> CBS, mei 2004, bewerkt door EIM.

tabel 15 Top-tien van belangrijkste importlanden van het Nederlandse bedrijfsleven, 2003

<i>Importland</i>	<i>Invoerwaarde (miljarden euro's)</i>	<i>Aandeel in totale Nederlandse import</i>
Duitsland	40,8	20%
België	23,1	11%
Verenigde Staten	16,1	8%
Verenigd Koninkrijk	14,7	7%
Frankrijk	11,2	6%
China	10,6	5%
Italië	5,9	3%
Rusland	4,5	2%
Taiwan	4,4	2%
Spanje	4,4	2%

Bron: CBS, Statline 2004.

Evenals bij export spelen ook bij import de buurlanden een grote rol voor het MKB (zie tabel 16). Het grootste deel van de MKB-bedrijven importeert vooral uit West-Europa. Het gehele bedrijfsleven, maar vooral het MKB, importeert bovendien vaak het meest uit onze directe buurlanden Duitsland en België. Buiten West-Europa zijn de Verenigde Staten en Azië de belangrijkste importmarkten.

tabel 16 Importoriëntatie van het MKB, in procenten, 2004

<i>Geografische oriëntatie</i>	<i>% van MKB-bedrijven dat importeert</i>
<b>Europa</b>	<b>84</b>
EU-15	80
Duitsland	32
België	19
Frankrijk	7
Groot-Brittannië	6
Italië	8
Centraal- en Oost-Europa	2
<b>Noord-Amerika</b>	<b>7</b>
Verenigde Staten	6
<b>Latijns-Amerika</b>	<b>1</b>
<b>Azië</b>	<b>6</b>
China	2
<b>Midden-Oosten en Afrika</b>	<b>1</b>
<b>Wereld</b>	<b>100</b>

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

## 5.2 Motieven en knelpunten bij import door het MKB

### 5.2.1 Motieven

Motieven die een rol spelen bij importeren zijn dat de betreffende producten of diensten niet in Nederland verkrijgbaar zijn of dat deze goedkoper te verkrijgen zijn in het buitenland.<sup>1</sup> In tabel 17 is een overzicht gegeven van het belang van motieven voor internationalisering voor MKB-bedrijven die importeren. De belangrijkste motieven zijn 'toegang tot know-how en technologie' en 'toegang tot nieuwere en grotere markten voor producten of diensten'. Ook 'hoge productiekosten op de binnenlandse markt' vormen een relatief belangrijk motief om producten of diensten te gaan importeren. Het komt soms voor dat Nederlandse bedrijven om deze reden de productie in Nederland stopzetten en kiezen voor de import van deze producten. Dit heeft onder meer te maken met toegenomen of verbeterde transparantie in prijs en kwaliteit. Tegenwoordig is het steeds vaker mogelijk om producten uit verschillende landen direct met elkaar te vergelijken op prijs en andere kenmerken.

tabel 17 Het belang van diverse motieven bij importeren door het MKB, percentage van importerende MKB-bedrijven (deze bedrijven exporteren niet en hebben geen investeringen in het buitenland), 2003

Motieven	Belangrijk	Onbelangrijk
Toegang tot nieuwe en grotere markten voor producten of diensten	30	70
Toegang tot arbeid	7	93
Additionele productiecapaciteit	8	92
Toegang tot kapitaal	17	83
Toegang tot know-how en technologie	33	67
Hogere productiekosten op binnenlandse markt	27	73
Strikte wet- en regelgeving op de binnenlandse markt	17	83

Bron: EIM 2004 op basis van ENSR Enterprise Survey 2003.

### 5.2.2 Knelpunten

Voor de meeste bedrijven is er niet of nauwelijks sprake van knelpunten bij importen.<sup>2</sup> Over het algemeen ervaren bedrijven die alleen importeren minder knelpunten dan bedrijven met meer internationale activiteiten, zoals export. Dit komt waarschijnlijk omdat de financiële risico's die een bedrijf bij importeren neemt minder groot zijn dan wanneer een bedrijf exporteert. Ook schakelen importeurs vaak logistieke dienstverleners in, die doorgaans zeer ervaren zijn en importeurs een hoop werk uit handen nemen.

Het belangrijkste knelpunt voor importerende bedrijven is de prijs van producten en diensten (zie tabel 18), terwijl de lagere prijs in het buitenland juist ook een motief is voor importeren. Importerende bedrijven ervaren vrijwel geen externe knelpunten bij

<sup>1</sup> Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*, EIM, Zoetermeer; en Hessels, Jolanda en Maarten Overweel (2003), *Dienstverlening aan importerende bedrijven. Welke rol kan de EVD hierin vervullen?*, EVD/EIM, Den Haag/Zoetermeer.

<sup>2</sup> Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*, EIM, Zoetermeer; en: Europese Commissie (2004), *Internationalisation of SMEs, Observatory of European SMEs; Report 2003 No. 4*, Rapport ingediend bij DG Enterprise door KPMG Special Services, EIM Business & Policy Research en ENSR, Brussel.

internationalisering. Wanneer ze wel externe knelpunten ervaren, heeft dit met name betrekking op financiële beperkingen of afwikkelingen en cultuur- en taalbarrières.

**tabel 18** Knelpunten bij internationalisering, percentage van importerende bedrijven (deze bedrijven exporteren niet en hebben geen buitenlandse investeringen), 2003

<i>Knelpunten</i>	<i>% van MKB-bedrijven dat importeert</i>
Onvoldoende kennis en vaardigheden bij eigen bedrijf	5
Kwaliteit en/of specificaties van producten en diensten	-
Hoge kosten van het internationaliseringsproces	3
Prijs van producten en diensten	26
Gebrek aan informatie	1
Gebrek aan ondersteuning en/of advies	4
Bestaande wet- en regelgeving	2
Cultuur- en taalverschillen	8
Gebrek aan kapitaal of financiële middelen	9
Anders	11
Weet niet/wil niet zeggen	21

*Bron: EIM 2004 op basis van ENSR Enterprise Survey 2003.*

Ook is bekend dat importerende bedrijven soms knelpunten ervaren op het gebied van transport.<sup>1</sup> Het gaat dan vooral om vertragingen die ontstaan tijdens het transport. Het maakt hierbij niet zoveel uit of het om wegvervoer, luchtvervoer, transport over het spoor of transport over water gaat.

### 5.3 Conclusie

Pas recentelijk zijn gegevens over importactiviteiten door het Nederlandse MKB beschikbaar gekomen. Sinds 2001 wordt in het EIM MKB-Beleidspanel bijgehouden of bedrijven wel of niet importeren. Ongeveer een kwart van het Nederlandse MKB importeert. Het aandeel Nederlandse MKB-bedrijven dat importeert is lager dan in sommige andere Europese landen zoals Luxemburg, Ierland en Zwitserland. De industrie en de handel zijn sectoren met naar verhouding de meeste importerende bedrijven. Ruim de helft van de importeurs in het MKB is te vinden in de handelssector. De import maakt voor het merendeel van de Nederlandse MKB-bedrijven een klein deel uit van de totale bedrijfskosten. Nederlandse MKB-bedrijven importeren voornamelijk goederen en diensten uit Europa en dan met name uit Duitsland en België. Belangrijke motieven voor het Nederlandse MKB om te importeren zijn toegang tot nieuwe en grotere markten, toegang tot know-how en technologie en hoge productiekosten op de binnenlandse markt. Importeurs ervaren vaak niet of nauwelijks knelpunten in het proces. Als ze wel knelpunten ervaren heeft dit vaak te maken met de prijs van producten en diensten.

<sup>1</sup> Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*, EIM, Zoetermeer; en: Hessels, Jolanda en Maarten Overweel (2003), *Dienstverlening aan importerende bedrijven. Welke rol kan de EVD hierin vervullen?*, EVD/EIM, Den Haag/Zoetermeer.

## 6 Directe Buitenlandse Investeringen (DBI) door het MKB

Wanneer een directe buitenlandse investering (DBI) wordt gedaan betekent dit dat een deel van kapitaal, technologie en managementvaardigheden naar een ander land wordt gebracht. Tegelijkertijd verkrijgt het bedrijf door de buitenlandse investering toegang tot de buitenlandse markt. Voor een bedrijf dat een buitenlandse investering doet gaat het om het verkrijgen van zeggenschap. In de praktijk komt bij DBI meer kijken dan alleen de export of import van kapitaal.<sup>1</sup> Het aangaan van een joint venture betekent bijvoorbeeld vaak dat een bedrijf toegang krijgt tot productietechnologieën, kennis en distributiekkanalen.

In dit hoofdstuk komt aan de orde wat tot nu toe bekend is over DBI door het Nederlandse MKB. Er wordt ingegaan op de volgende onderwerpen:

- Omvang en ontwikkeling DBI door het MKB in internationaal perspectief en in nationaal opzicht naar grootteklasse en sector
- Soort activiteit
- Intensiteitsniveau
- Geografische oriëntatie
- Motieven voor DBI
- Knelpunten bij DBI.

Dit hoofdstuk bevat een overzicht van de resultaten die gevonden zijn op basis van bronnen- en data-analyse. De belangrijkste bronnen zijn:

- UNCTAD, World Investment Report
- DNB Statistieken
- ENSR Enterprise Survey 2003
- Diverse OECD-rapporten
- EIM MKB-Beleidspanel, meting juli en november 2004.

### 6.1 Omvang en ontwikkeling DBI door het MKB

#### 6.1.1 *Internationale investeringspositie MKB*

UNCTAD houdt gegevens bij over DBI-stromen en -standen. Nederland is een van de grootste buitenlandse investeerders in de wereld en daarnaast ook een van de grootste ontvangers van DBI. Uit tabel 19 blijkt dat Nederland een zevende positie inneemt in de wereld als buitenlandse investeerder en een vijfde positie als gekeken wordt naar inkomende investeringen. In 2002 was Nederland verantwoordelijk voor zo'n 4% van de totale uitgaande investeringen in de wereld.

<sup>1</sup> OECD (1996), *Small Firms as Foreign Investors: Case Studies from Transition Economies*, Centre for Co-operation with the Economies in Transition, Parijs.

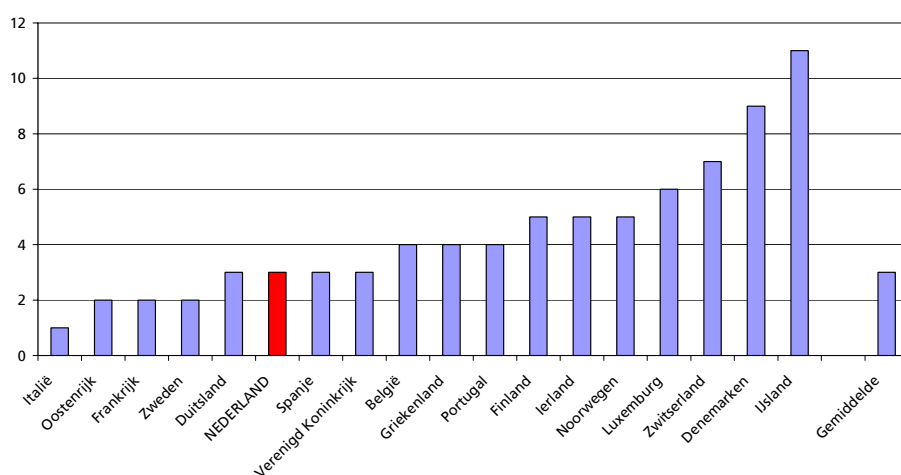
tabel 19 Top-tien van voornaamste buitenlandse investeerders en ontvangers van buitenlandse investeringen in de wereld, in procenten van de totale uitgaande en inkomende investeringen in de wereld (stromen), 2002

<i>Buitenlandse investeerder</i>	<i>%</i>	<i>Ontvanger buitenlandse investeringen</i>	<i>%</i>
1. Luxemburg	23,8	1. Luxemburg	19,3
2. Verenigde Staten	18,5	2. Frankrijk	7,9
3. Frankrijk	9,7	3. Duitsland	5,8
4. Verenigd Koninkrijk	6,1	4. Verenigde Staten	4,6
5. Japan	4,9	5. Nederland	4,5
6. Canada	4,4	6. Verenigd Koninkrijk	3,8
7. Nederland	4,1	7. Spanje	3,3
8. Duitsland	3,8	8. Canada	3,2
9. Spanje	2,9	9. Ierland	2,9
10. Italië	2,6	10. België	2,8

Bron: EIM 2004 op basis van UNCTAD, World Investment Report 2003.

Voor Nederland kan een indicatie gekregen worden van de omvang van DBI door het MKB op basis van de ENSR Enterprise Survey 2003.<sup>1</sup> Deze Survey wijst uit dat 3% van het Nederlandse MKB vestigingen, filialen of joint ventures in het buitenland heeft. Dit ligt op het gemiddelde voor alle landen (zie figuur 7). IJsland, Denemarken en Zwitserland hebben naar verhouding het grootste aandeel MKB-bedrijven dat investeert in het buitenland.

figuur 7 Aandeel MKB-bedrijven met directe buitenlandse investeringen, in procenten, 2003



Bron: EIM 2004 op basis van ENSR Enterprise Survey 2003.

<sup>1</sup> In deze vergelijking bestaat het MKB uit alle bedrijven tot 250 werkzame personen. Daar waar later in dit hoofdstuk alleen Nederlandse gegevens op basis van het EIM MKB-Beleidspanel worden gepresenteerd, betreft het het MKB tot 100 werkzame personen.

### 6.1.2 Nationale investeringspositie MKB

#### *DBI naar grootteklasse*

Gegevens over directe investeringen door en in Nederland worden gepubliceerd door De Nederlandsche Bank in haar jaarverslagen en kwartaalrapportages en tevens op haar website<sup>1</sup>. De Nederlandsche Bank publiceert echter geen gegevens naar grootteklasse. Daarom heeft EIM in 2004 in het MKB-Beleidspanel enkele vragen meegenomen over buitenlandse investeringen. Dat levert de volgende recente inzichten op.

De afgelopen drie jaar heeft twee procent van het Nederlandse MKB in het buitenland geïnvesteerd.<sup>2</sup> Evenals bij export en import het geval is, lijkt er een positief verband te zijn tussen bedrijfsgrootte en het doen van buitenlandse investeringen. Kleine bedrijven doen eerder aan handel dan aan investeringen en zijn minder geneigd om langetermijninvesteringen te doen in gebouwen (plants), machines of personeel dan grote bedrijven.<sup>3</sup> In de groep Nederlandse bedrijven met 0-9 werkzame personen investeert 2% in het buitenland en in de groep 10-100 werkzame personen gaat het om 6% van de bedrijven.

Er zijn al een aantal jaren aanwijzingen dat DBI aan belang toeneemt voor het MKB. In 1996 voorspelde de OECD al dat het aandeel van het MKB in DBI toe zou nemen, aangezien er voor sommige MKB-bedrijven sprake was van een snellere toename van hun DBI dan het geval was voor grotere bedrijven.<sup>4</sup> De verwachting was dat DBI gebruikelijker zou worden voor het MKB dan in het verleden het geval was. Volgens het Ministerie van Economische Zaken<sup>5</sup> is er momenteel een groei te zien van investeringen van het MKB in Oost-Europa.

Volgens de OECD kan het relatieve gebrek aan bereidheid onder MKB-bedrijven om te investeren in het buitenland in hoofdzaak verklaard worden door onbekendheid met buitenlandse markten en doordat ze moeite hebben om te voldoen aan de financiële en personele bronnen die nodig zijn voor bijvoorbeeld het oprichten van buitenlandse vestigingen.<sup>6</sup> Recente technologische ontwikkelingen op het gebied van communicatie, transport en financiële dienstverlening stellen MKB-bedrijven echter in staat om kansen in buitenlandse markten beter te benutten. De OECD stelt verder dat flexibele management- en besluitvormingsstructuren van MKB-bedrijven een groot voordeel vormen bij grensoverschrijdende investeringen. De praktijk laat zien dat DBI door het MKB klein is in waarde, maar groot in termen van het aantal projecten. MKB-bedrijven zijn tegen-

<sup>1</sup> [www.statistics.dnb.nl](http://www.statistics.dnb.nl).

<sup>2</sup> MKB-Beleidspanel, meting juli 2004. Buitenlandse investeringen zijn gedefinieerd als investeringen in buitenlandse bedrijven, bijvoorbeeld in verband met een fusie, een overname of deelneming, of door oprichting van een buitenlandse vestiging. Zie ook: Hessels, Jolanda en Maarten Overweel (2004), *Buitelandse investeringen door het MKB. Toenemende investeringen in lagelonenlanden of op kousenvoeten naar buurlanden?* EIM, Zoetermeer.

<sup>3</sup> OECD (1996), *Small Firms as Foreign Investors: Case Studies from Transition Economies*, Centre for Co-operation with the Economies in Transition, Parijs.

<sup>4</sup> OECD (1996), *Small Firms as Foreign Investors: Case Studies from Transition Economies*, Centre for Co-operation with the Economies in Transition, Parijs.

<sup>5</sup> Ministerie van Economische Zaken (2003), *Trends in exportfinanciering*, Den Haag.

<sup>6</sup> OECD (1996), *Small Firms as Foreign Investors: Case Studies from Transition Economies*, Centre for Co-operation with the Economies in Transition, Parijs.

woordig vaker betrokken bij joint ventures, zowel met andere MKB-bedrijven als met grotere bedrijven.<sup>1</sup>

In tabel 20 is een overzicht te vinden van het soort investeringen dat Nederlandse MKB-bedrijven in het buitenland doen. Het blijkt dat de helft van de MKB-bedrijven die investeren in het buitenland kiest voor de oprichting van een eigen bedrijf of vestiging. Ook hebben MKB-bedrijven naar verhouding vaak een deelneming in een buitenlands bedrijf. Joint ventures met Nederlandse of buitenlandse partners komen ook relatief vaak voor.

**tabel 20** Buitenlandse investeringen naar soort, in procenten van het aandeel MKB-bedrijven met buitenlandse investeringen, 2004

<i>Soort buitenlandse investering</i>	<i>% van MKB-bedrijven dat investeert in het buitenland</i>
Overname van buitenlands bedrijf	9
Deelneming in buitenlands bedrijf	37
Fusie met buitenlands bedrijf	-
Oprichting eigen bedrijf/vestiging in het buitenland	51
Joint venture met Nederlandse of buitenlandse partner	23
Investeringen tussen moeder- en dochterbedrijf	7
Anders	9

*Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.*

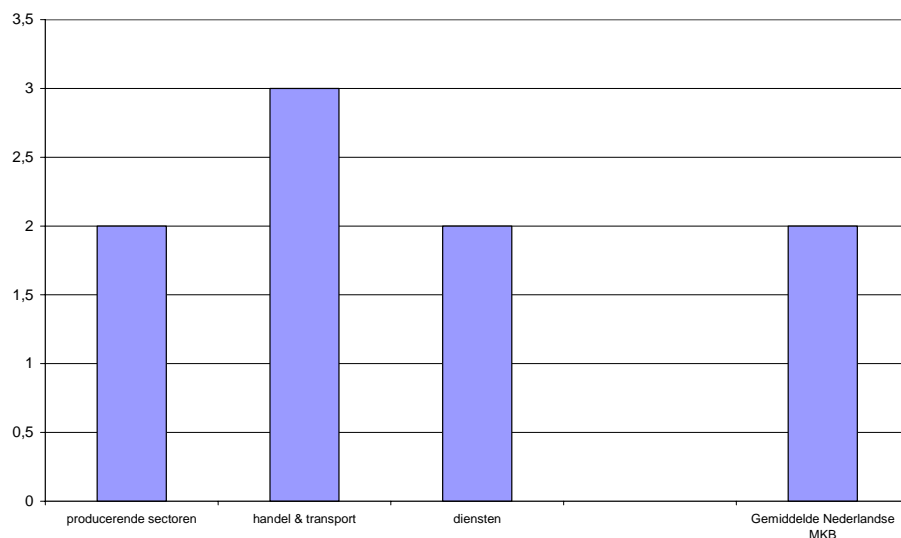
Gegevens over investeringen door buitenlandse bedrijven in het Nederlandse MKB zijn beperkt. Resultaten van het EIM MKB-Beleidspanel wijzen uit dat in 2004 circa 2% van het Nederlandse MKB onderdeel is van een buitenlands concern of een buitenlandse keten.

#### *DBI naar sector*

Gemiddeld heeft in 2004 2% van de MKB-bedrijven de afgelopen drie jaar in het buitenland geïnvesteerd. Uit figuur 8 volgt dat het aandeel MKB-bedrijven met buitenlandse investeringen het hoogst is in de handels- en transportsector.

<sup>1</sup> OECD (2000), *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*, Parijs.

figuur 8 Percentage MKB-bedrijven dat de afgelopen drie jaar heeft geïnvesteerd in het buitenland per sector, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

Binnen het MKB zijn bedrijven die investeren in het buitenland vooral te vinden in de handel & transport en de dienstverlening (zie tabel 21). In de dienstverlening zijn het met name bedrijven in de zakelijke dienstverlening die investeren in het buitenland.

tabel 21 Verdeling van buitenlandse investeringen door het Nederlandse MKB naar sector, in procenten, 2004

Sector	Verdeling Nederlandse MKB naar sector	Verdeling aandeel MKB-bedrijven die investeren in het buitenland
Producterende sectoren	23	21
Handel & transport	36	44
Dienstverlening	41	35
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

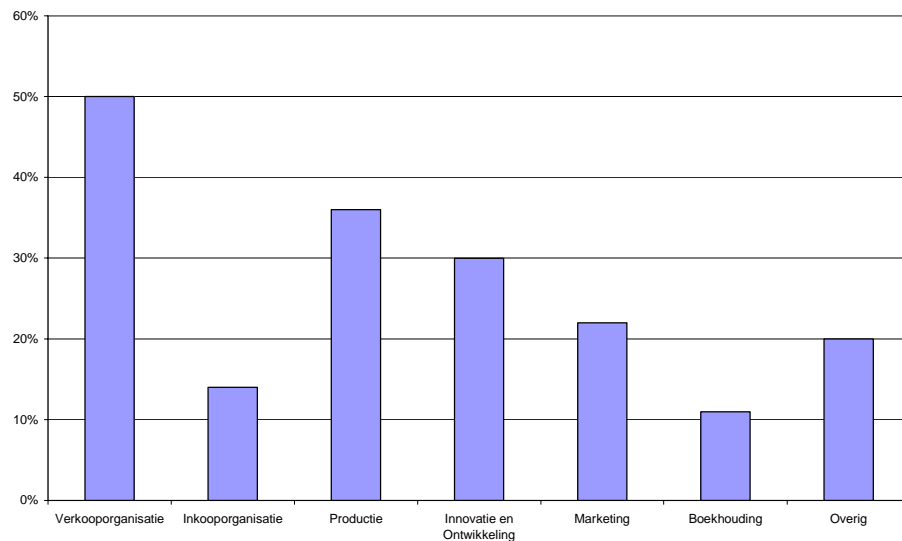
In de expertinterviews kwam naar voren dat er kansen zijn voor DBI door het MKB in diverse industriële sectoren, zoals in de machine-industrie en de metaalproductenindustrie. Daarnaast is het de verwachting dat kennisintensieve sectoren in de komende jaren van groter belang zullen worden voor DBI door het MKB.

In de expertinterviews kwam tevens aan de orde dat veel bedrijven overgaan tot het verrichten van DBI als een exportpositie zich ontwikkeld heeft. Ze beginnen vaak met een vertegenwoordiger of agent in het buitenland. Anderzijds zijn er bedrijven die direct DBI verrichten, bijvoorbeeld door het openen van een eigen kantoor. Tot nu toe ontbreekt het echter nog aan inzicht in de exacte relatie tussen export en DBI. Wel is duidelijk dat de meerderheid (55%) van de bedrijven met buitenlandse investeringen ook exporteert. Ook de combinatie met import komt vaak voor (51%). Slechts 7% van de bedrijven met buitenlandse investeringen heeft geen andere internationale activiteiten in de vorm van exporten, importen of grensoverschrijdende samenwerking.

### 6.1.3 Soort activiteit

De afgelopen drie jaar hebben MKB-bedrijven met name geïnvesteerd in de verkooporganisatie in het buitenland (zie figuur 9). Ook is naar verhouding veel geïnvesteerd in buitenlandse productie en innovatie en ontwikkeling. In alle sectoren investeren bedrijven in de verkooporganisatie. In buitenlandse productie wordt met name geïnvesteerd door bedrijven in de industrie en in mindere mate door bedrijven in de handelsector. Bijna een derde van de in het buitenland investerende MKB-bedrijven geeft aan geïnvesteerd te hebben in innovatie en ontwikkeling. Het gaat vooral om bedrijven in de zakelijke dienstverlening. Het zijn ook vooral bedrijven in deze sector die investeren in marketing en boekhouding.

figuur 9 Buitenlandse investeringen door het Nederlandse MKB naar activiteit, in procenten, 2004

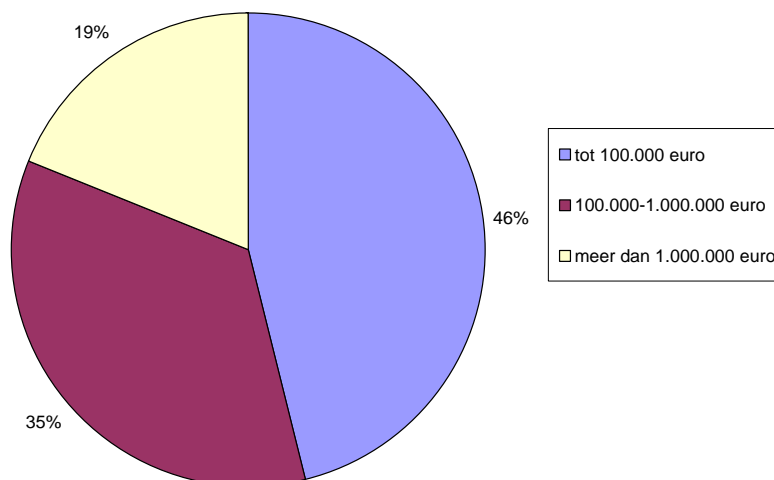


Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

### 6.1.4 Intensiteitsniveau

Op basis van gegevens over de omvang van het bedrag dat MKB-bedrijven in het buitenland geïnvesteerd hebben is het mogelijk om een indicatie te krijgen van buitenlandse investeringen door het MKB. Bij investeringen door het MKB gaat het om relatief kleine directe investeringen. In 46% van de gevallen is de afgelopen drie jaar minder dan 100.000 euro in het buitenland geïnvesteerd (zie figuur 10). 35% van de Nederlandse MKB-bedrijven heeft een bedrag tussen de 100.000 en 1.000.000 euro geïnvesteerd in het buitenland. Voor 19% geldt dat de buitenlandse investering een bedrag van meer dan 1.000.000 euro omvat.

figuur 10 Aandeel MKB-bedrijven per omvang van het geïnvesteerde bedrag in het buitenland, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting november 2004.

#### 6.1.5 Geografische oriëntatie

Op basis van cijfers van De Nederlandsche Bank kan een overzicht gegeven worden van de belangrijkste geografische gebieden voor buitenlandse investeringen die gedaan worden door het Nederlandse bedrijfsleven. Hieruit blijkt dat voor het hele Nederlandse bedrijfsleven DBI in hoofdzaak gaat naar landen binnen Europa (62%), waarbij geldt dat het gros van de investeringen binnen de EU wordt verricht. Na Europa zijn Amerika (30%) en Azië (5%) de belangrijkste ontvangers van Nederlandse DBI.

In tabel 22 wordt een beeld gegeven van de oriëntatie van buitenlandse investeringen door het MKB. Het gros van de investeringen gaat naar Europa (81%). Daarbij geldt dat België en Duitsland veruit de belangrijkste investeringslanden zijn. Het lijkt erop dat MKB-bedrijven het net als bij export toch vooral dicht bij huis zoeken. Ook een deel van de bedrijven investeert in de nieuwe EU-Lidstaten. In vergelijking met export en import valt wel op dat het MKB bij buitenlandse investeringen minder gericht is op de EU-15 landen.

tabel 22 Belangrijkste geografische oriëntatie voor buitenlandse investeringen door het Nederlandse MKB in de afgelopen drie jaar, in procenten, gemeten in 2004

<i>Geografische oriëntatie</i>	<i>% van MKB-bedrijven dat investeert in het buitenland</i>
<b>Europa</b>	<b>81</b>
EU-15	53
Nieuwe EU-Lidstaten	13
<b>Amerika</b>	<b>8</b>
<b>Azië</b>	<b>8</b>
<b>Rest van de wereld</b>	<b>2</b>
<b>Wereld</b>	<b>100</b>

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

Volgens de OECD investeren MKB-bedrijven vooral in ontwikkelde (OECD-)landen en mijden ze moeilijke landen als het gaat om DBI, omdat dit een overbelasting zou kunnen zijn voor hun management en financiële middelen.<sup>1</sup>

## 6.2 Motieven en knelpunten bij DBI door het MKB

### 6.2.1 *Motieven*

Multinationale ondernemingen verrichten DBI vooral om toegang te krijgen tot buitenlandse markten ('market-seeking'-motief).<sup>2</sup> Vanzelfsprekend zijn zowel 'push-' als 'pull'-factoren van invloed op de beslissing om over te gaan tot DBI. De pull-factoren hebben betrekking op nieuwe marktkansen die DBI biedt, zoals kansen om een positie te vestigen in nieuwe markten en het volgen van belangrijke klanten. Push-factoren die een rol spelen houden verband met problemen die het MKB-bedrijf heeft in de thuismarkt, zoals relatief hoge lonen, belastingregimes of administratieve regelingen.

Op basis van de ENSR Enterprise Survey 2003 is het mogelijk een beeld te krijgen van het belang van verschillende motieven bij het doen van directe buitenlandse investeringen door MKB-bedrijven. Hieruit blijkt dat het motief 'toegang tot nieuwe en grotere markten voor producten of diensten' een grote rol speelt voor het Nederlandse MKB bij het doen van buitenlandse investeringen. Dus ook voor MKB-bedrijven lijkt het 'market-seeking' motief van groot belang te zijn. Ook 'additionele productiecapaciteit' vormt een belangrijk motief. Andere belangrijke motieven zijn 'toegang tot arbeid' en 'strikte wet- en regelgeving op de binnenlandse markt'. Het doen van investeringen in buitenlandse vestigingen heeft vaak te maken met hoge productiekosten op de binnenlandse markt. Toegang tot kapitaal en toegang tot know-how en technologie spelen vrijwel geen rol bij het doen van DBI.

<sup>1</sup> OECD (1996), *Small Firms as Foreign Investors: Case Studies from Transition Economies*, Centre for Co-operation with the Economies in Transition, Parijs.

<sup>2</sup> Zie o.a. Dunning, J.H. (2000), 'The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity', *International Business Review*, 9, 2, 163-190.

In de expertinterviews zijn een aantal indicaties van belangrijke motieven voor het verrichten van DBI door het Nederlandse MKB naar voren gekomen. Zo werd genoemd dat gebrek aan locaties in Nederland een motief kan zijn om te kiezen voor een buitenlandse vestiging. Bij de maakindustrie zou het doen van investeringen vooral te maken hebben met regelgeving (milieu, bestemmingsplan en fiscaliteit in Nederland) en ook met beschikbaarheid en loonkosten van personeel bij arbeidsintensieve activiteiten. Daarnaast kwam in de expertinterviews naar voren dat de mentaliteit van het management van groot belang is voor het doen van buitenlandse investeringen door het MKB. Het oprichten van een volledig nieuw eigen bedrijf in het buitenland zal bijvoorbeeld eerder gedaan worden door een ondernemer die meer durft (dit hoeft overigens niet per se een meer ervaren investeerder te zijn).

### 6.2.2 *Knelpunten*

Er is tot nu toe weinig informatie beschikbaar over knelpunten die Nederlandse MKB-bedrijven tegenkomen bij het investeren in het buitenland. Op basis van de ENSR Enterprise Survey 2003 kan een indicatie verkregen worden van dergelijke knelpunten. Hieruit komt naar voren dat 'onvoldoende kennis en vaardigheden bij eigen bedrijf' en 'cultuur- en taalverschillen' belangrijke knelpunten zijn die een rol spelen bij het verrichten van DBI door het Nederlandse MKB. Ook knelpunten als 'bestaande wet- en regelgeving', 'gebrek aan informatie' en 'gebrek aan ondersteuning en/of advies' zijn van belang. Andere knelpunten waar MKB-bedrijven tegenaan lopen bij het doen van buitenlandse investeringen zijn de hoge kosten die daarmee gepaard gaan en gebrek aan kapitaal of financiële middelen.

Volgens een studie van de Verenigde Naties beschouwen MKB-bedrijven die betrokken zijn bij DBI de geringe omvang van hun onderneming niet noodzakelijkerwijs als een additioneel probleem.<sup>1</sup> Uit deze studie blijkt dat ongeveer de helft van de bedrijven de geringe bedrijfsomvang als een voordeel ervaart in termen van snelheid en flexibiliteit van besluitvorming.

## 6.3 **Conclusie**

Tot voor kort was er weinig bekend over directe buitenlandse investeringen in het MKB. Door in 2004 een aantal vragen mee te laten lopen in het EIM MKB-Beleidspanel is informatie beschikbaar gekomen over buitenlandse investeringen door het MKB. Gebleken is dat ongeveer 2% van het MKB de afgelopen drie jaar geïnvesteerd heeft in het buitenland. Vergeleken met andere Europese landen neemt Nederland een middenpositie in wat betreft het aandeel bedrijven dat investeert in het buitenland. IJsland, Denemarken en Zwitserland kennen naar verhouding het grootste aandeel MKB-bedrijven met buitenlandse investeringen. In Nederland is het aandeel MKB-bedrijven dat investeert naar verhouding het hoogst in de handels- en transportsector. Bijna de helft van de MKB-bedrijven die investeren in het buitenland is in deze sector te vinden. Een derde van de investerende MKB-bedrijven is actief in de dienstverlenende sector. Het gaat daarbij met name om bedrijven in de zakelijke dienstverlening. Bij het merendeel van de MKB-bedrijven bedraagt de omvang van het geïnvesteerde bedrag in het buitenland minder dan 1.000.000 euro. Het Nederlandse MKB investeert vooral in Europa, en met name in België en Duitsland. In vergelijking met export en import is het MKB bij investe-

<sup>1</sup> Verenigde Naties (1994), *Small and Medium-Sized Transnational Corporations: Executive Summary and Report on the Osaka Conference*, New York/Genève.

ringen in het buitenland minder gericht op de EU-15 landen. Buitenlandse investeringen door het Nederlandse MKB worden vooral gedaan om toegang te krijgen tot nieuwe en grotere markten voor producten en diensten en vanwege additionele productiecapaciteit. De belangrijkste knelpunten die MKB-bedrijven tegenkomen bij het doen van buitenlandse investeringen zijn 'onvoldoende kennis en vaardigheden bij eigen bedrijf' en 'cultuur- en taalverschillen'.

Binnen het EIM MKB-Beleidspanel zijn in 2004 voor het eerst gegevens verzameld over buitenlandse investeringen. Tot nu toe is het nog niet mogelijk om ontwikkelingen over een langere termijn te bekijken. Onder meer gezien de huidige belangstelling in de politiek en media voor het (vermeende) wegtrekken van bedrijvigheid uit Nederland zou het interessant zijn om jaarlijks via het EIM MKB-Beleidspanel te monitoren hoe buitenlandse investeringen door het MKB zich ontwikkelen.

## 7 Grensoverschrijdende samenwerking

Grensoverschrijdende samenwerking tussen bedrijven kan verschillende vormen hebben zoals licensing, subcontracting, franchising en strategische allianties. Kenmerkend is dat de samenwerkende bedrijven hun zelfstandigheid volledig behouden. Wanneer grensoverschrijdende samenwerking zich kenmerkt door gezamenlijk eigendom (joint venture), is er sprake van een directe buitenlandse investering.

In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van wat tot nu toe bekend is over grensoverschrijdende samenwerking door het Nederlandse MKB. Er wordt ingegaan op de volgende onderwerpen:

- Omvang en ontwikkeling grensoverschrijdende samenwerking door het MKB
- Soort activiteit
- Intensiteitsniveau
- Geografische oriëntatie
- Motieven voor grensoverschrijdende samenwerking
- Knelpunten bij grensoverschrijdende samenwerking.

Belangrijke bronnen voor dit hoofdstuk zijn:

- OECD-statistieken over grensoverschrijdende strategische allianties
- Diverse EIM-onderzoeken<sup>1</sup>
- ENSR Enterprise Survey 2003
- EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

### 7.1 Omvang en ontwikkeling grensoverschrijdende samenwerking

#### 7.1.1 *Internationale grensoverschrijdende samenwerkingspositie MKB*

Wanneer gekeken wordt naar het aantal grensoverschrijdende strategische allianties, dan bekleedt Nederland de achtste plaats in de top-tien van alle OECD-landen.<sup>2</sup> Bij grensoverschrijdende samenwerking zijn vooral strategische allianties een interessante optie voor MKB-bedrijven. De afgelopen jaren nemen MKB-bedrijven in zowel industriële als dienstverlenende sectoren in toenemende mate deel aan strategische allianties.<sup>3</sup>

Op basis van de ENSR Enterprise Survey 2003 blijkt dat het aandeel MKB-bedrijven dat formeel samenwerkt in Nederland 31% bedraagt. Dit ligt boven het gemiddelde van 25% dat voor alle landen geldt. 9% van de MKB-bedrijven geeft aan dat de belangrijk-

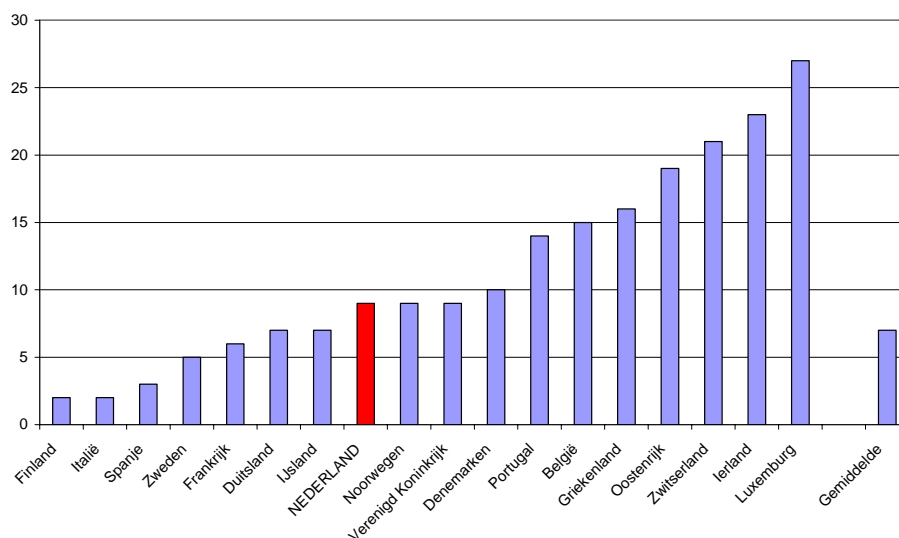
<sup>1</sup> Zie onder andere Europese Commissie (2004), *SMEs and Co-operation*; Report 2003 No. 5, Rapport ingediend bij DG Enterprise door KPMG Special Services, EIM Business & Policy Research en ENSR, Brussel; Rosenbrand, Marlies, Frank Dirks, en Joris Meijaard (2003), *Kansrijker door samenwerking. Kenmerken en resultaten van samenwerking door kleine ondernemingen*. EIM en RZO, Den Haag/Zoetermeer; Snel, D. (2003), *Minirapportage: Samenwerking loont*, EIM, Zoetermeer; Muizer, A.P. (1999), *Technologische samenwerking in de industrie en de zakelijke diensten 1999*, EIM, Zoetermeer.

<sup>2</sup> OECD (2001), *Science Technology and Industry Scoreboard 2001: Towards a knowledge-based economy*, OECD, Parijs.

<sup>3</sup> OECD (2002), *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*, Parijs.

ste samenwerkingsrelatie bestaat uit samenwerking met buitenlandse MKB-bedrijven. Het gemiddelde voor alle landen bedraagt op dit punt 7% (zie figuur 11).<sup>1</sup>

figuur 11 Aandeel MKB-bedrijven dat aangeeft dat de belangrijkste samenwerkingspartner een buitenlandse MKB-onderneming is, in procenten, 2003



Bron: EIM 2004 op basis van ENSR Enterprise Survey 2003.

### 7.1.2 Nationale grensoverschrijdende samenwerkingspositie MKB

Om meer inzicht te krijgen in grensoverschrijdende samenwerking door het MKB heeft EIM in 2004 een aantal vragen mee laten lopen in het EIM MKB-Beleidspanel. Hieruit blijkt dat in 2004 9% van de Nederlandse MKB-bedrijven samenwerkt met buitenlandse bedrijven.<sup>2</sup> 7% van het MKB werkt samen met zowel Nederlandse als buitenlandse bedrijven. 2% werkt alleen samen met buitenlandse bedrijven en niet met Nederlandse bedrijven. Het merendeel van de bedrijven (59%) dat betrokken is bij grensoverschrijdende samenwerking werkt al langer dan vijf jaar samen met buitenlandse bedrijven. MKB-bedrijven werken vooral internationaal samen met andere kleine bedrijven. 49% werkt alleen samen met kleine bedrijven, 34% werkt samen met zowel grote als kleine bedrijven en 17% alleen met grote bedrijven.

Het aantal bedrijven dat samenwerkt met buitenlandse bedrijven neemt toe met de bedrijfsgrootte. Van de groep bedrijven met 0-9 werkzame personen werkt 8% samen met buitenlandse bedrijven, in de groep 10-100 werkzame personen bedraagt dit percentage 18%.

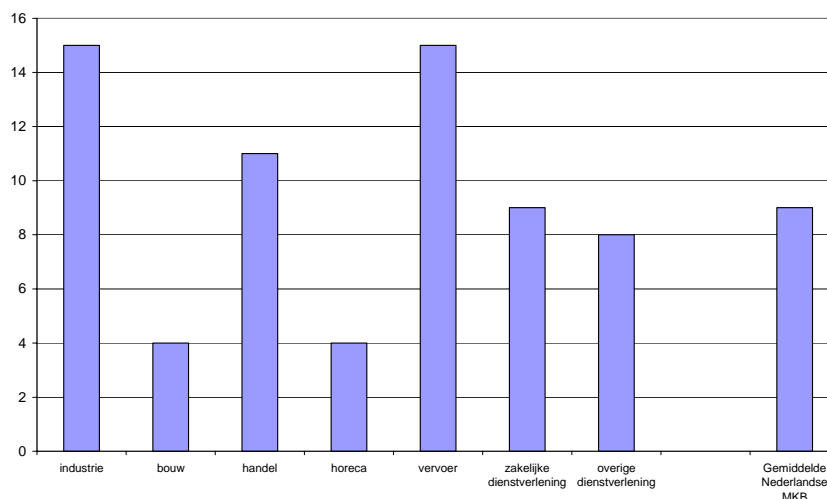
<sup>1</sup> In deze vergelijking bestaat het MKB uit alle bedrijven tot 250 werkzame personen. Daar waar later in dit hoofdstuk alleen Nederlandse gegevens op basis van het EIM MKB-Beleidspanel worden gepresenteerd, betreft het het MKB tot 100 werkzame personen.

<sup>2</sup> MKB-Beleidspanel, meting juli 2004. Samenwerken is als volgt gedefinieerd: 'het samenwerken aan één of meerdere activiteiten op basis van afspraken'.

### *Grensoverschrijdende samenwerkingspositie naar sector*

In de industrie en de transportsector werken naar verhouding de meeste MKB-bedrijven samen met buitenlandse partners (zie figuur 12). In de horeca en bouw wordt naar verhouding het minst samengewerkt met buitenlandse partners door het MKB.

figuur 12 Percentage MKB-bedrijven met grensoverschrijdende samenwerking per sector, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

Wanneer gekeken wordt naar de verdeling van grensoverschrijdende samenwerking naar sector, blijkt dat grensoverschrijdende samenwerkers binnen het MKB met name te vinden zijn in de handel, de zakelijke dienstverlening en de industrie (zie tabel 23).

tabel 23 Verdeling aandeel bedrijven met grensoverschrijdende samenwerking door het Nederlandse MKB naar sector, in procenten, 2004

Sector	Verdeling Nederlandse MKB naar sector	Verdeling aandeel MKB-bedrijven met grensoverschrijdende samenwerking
Industrie	9	14
Bouw	14	5
Handel	31	37
Horeca	7	3
Vervoer	5	9
Zakelijke dienstverlening	29	25
Overige dienstverlening	5	7
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

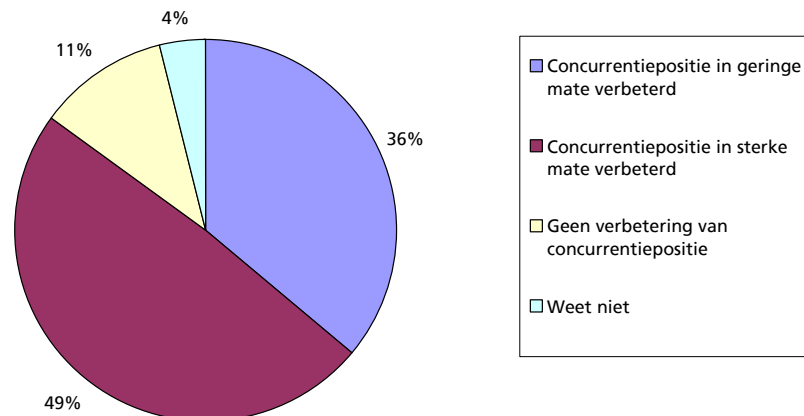
### 7.1.3 Soort activiteit

Het is niet bekend in welke activiteiten MKB-bedrijven vooral samenwerken met buitenlandse bedrijven. Het kan bijvoorbeeld gaan om samenwerking op het gebied van inkoop, verkoop, productie, marketing en innovatie en ontwikkeling.

#### 7.1.4 Intensiteitsniveau

Er zijn geen gegevens bekend over de intensiteit van grensoverschrijdende samenwerking. Wel is aan bedrijven in het MKB-Beleidspanel gevraagd wat het effect is geweest van grensoverschrijdende samenwerking op de concurrentiepositie. Het blijkt dat 85% van de bedrijven die internationaal samenwerken van mening is dat de samenwerking met buitenlandse bedrijven de concurrentiepositie verbeterd heeft.

figuur 13 Effect van grensoverschrijdende samenwerking op de concurrentiepositie, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

#### 7.1.5 Geografische oriëntatie

Er zijn vooralsnog geen exacte gegevens bekend over de herkomst van buitenlandse bedrijven waarmee MKB-bedrijven vooral samenwerken. Het is waarschijnlijk dat het net als bij de andere internationale activiteiten vooral gaat om samenwerkingspartners in andere Europese landen.

## 7.2 Motieven en knelpunten bij samenwerking door het MKB

### 7.2.1 Motieven voor grensoverschrijdende samenwerking

De belangrijkste motieven voor grensoverschrijdende samenwerking zijn opgenomen in tabel 24. Het belangrijkste motief voor Nederlandse MKB-bedrijven om een grensoverschrijdend samenwerkingsverband aan te gaan is toegang tot kennis en technologie. Door samen te werken kunnen MKB-bedrijven bijvoorbeeld gebruik maken van de toegang die partners bieden tot kennis in het gastland. Ook vormt de mogelijkheid om een breder assortiment aan te bieden een belangrijk motief voor samenwerking met buitenlandse bedrijven. Het verkrijgen van toegang tot nieuwe of grotere afzetmarkten is eveneens een belangrijk motief.

tabel 24 Belangrijkste motieven voor grensoverschrijdende samenwerking door het Nederlandse MKB, in procenten, 2004

<i>Motieven</i>	<i>% van bedrijven dat grensoverschrijdend samenwerkt</i>
Toegang tot kennis en technologie	60
Aanbieden van een breder assortiment	57
Toegang tot nieuwe of grotere afzetmarkten	53
Kostenverlaging	38
Extra productiecapaciteit	26
Toegang tot arbeid	23
Toegang tot kapitaal	14
Overig	12

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

### 7.2.2 Knelpunten bij grensoverschrijdende samenwerking

In tabel 25 is een overzicht gegeven van de belangrijkste knelpunten die Nederlandse MKB-bedrijven ervaren bij grensoverschrijdende samenwerking. Als de belangrijkste knelpunt worden 'beperkingen door belastingen en regelingen' en 'taalkundige en culturele barrières' genoemd. 19% van de internationaal samenwerkende bedrijven geeft aan geen knelpunten te ervaren bij samenwerking met buitenlandse bedrijven.

tabel 25 Belangrijkste knelpunten bij grensoverschrijdende samenwerking door het Nederlandse MKB (twee antwoorden mogelijk), 2004

<i>Knelpunten</i>	<i>% van bedrijven dat grensoverschrijdend samenwerkt</i>
Beperkingen door belastingen en regelingen	29
Taalkundige en culturele barrières	28
Wens om onafhankelijkheid te behouden	24
Niet willen delen van gevoelige informatie	23
Samenwerking brengt hoog risico mee	8
Gebrek aan informatie over geschikte partners	21
Andere belangrijke barrières	3

Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

## 7.3 Conclusie

Hoewel er al langere tijd gegevens beschikbaar zijn over samenwerking door het Nederlandse MKB, was er tot voor kort nog weinig bekend over specifiek grensoverschrijdende samenwerking. Door een aantal vragen mee te nemen in het MKB-Beleidspanel is er nu meer bekend over de mate waarin Nederlandse MKB-bedrijven internationaal samenwerken. In 2004 heeft 9% van het Nederlandse MKB aangegeven samen te werken met buitenlandse partners. In Nederland bestaat de belangrijkste samenwerkingsrelatie voor MKB-bedrijven gemiddeld vaker uit samenwerking met buitenlandse MKB-bedrijven dan in andere Europese landen.

Het aandeel bedrijven dat grensoverschrijdend samenwerkt is naar verhouding het hoogst in de industrie en het transport. 37% van de MKB-bedrijven die samenwerken

met buitenlandse partners is afkomstig uit de handelssector en een kwart bestaat uit zakelijke dienstverleners. Het merendeel van de MKB-bedrijven die internationaal samenwerken is van mening dat de samenwerking met buitenlandse bedrijven geleid heeft tot een verbetering van de concurrentiepositie. De belangrijkste motieven om grensoverschrijdend samen te werken zijn toegang tot kennis en technologie, het kunnen aanbieden van een breder assortiment en het verkrijgen van toegang tot nieuwe of grotere afzetmarkten. Beperkingen door belastingen en regelingen en taalkundige en culturele barrières vormen de belangrijkste knelpunten bij samenwerking met een buitenlandse partij.

In 2004 zijn voor het eerst binnen het EIM MKB-Beleidspanel vragen gesteld over grensoverschrijdende samenwerking. Er zijn geen gegevens bekend over meerdere jaren. Het ontbreekt voornamelijk aan inzicht in vormen van samenwerking van het Nederlandse MKB met buitenlandse bedrijven, de activiteiten waarin wordt samengewerkt, de geografische oriëntatie van de samenwerking en de intensiteit van grensoverschrijdende samenwerking.

## 8 Trends in internationalisering van het MKB

De voorgaande hoofdstukken hebben een indicatie gegeven van de mate waarin het MKB betrokken is bij diverse internationale activiteiten. Nu is het natuurlijk de vraag welke ontwikkelingen de komende jaren van belang zullen zijn voor internationalisering van het MKB, oftewel welke trends er worden gesignaleerd. Daar zal in dit hoofdstuk nader op ingegaan worden. Het hoofdstuk is met name gebaseerd op inzichten uit de expertinterviews en aanvullende literatuurstudie.

### 8.1 Trends: uitbreiding van MKB-internationalisering

#### *Toename internationale activiteiten MKB*

Het MKB is van oudsher vooral gericht op de binnenlandse markt. MKB-bedrijven nemen nu echter in toenemende mate deel in internationale markten door middel van export, import, directe buitenlandse investeringen en grensoverschrijdende samenwerking (allianties).<sup>1</sup> De gedachte leeft dat het MKB wel moet internationaliseren. Vroeger waren het vooral multinationals die internationaal actief waren. Tegenwoordig wordt internationalisering, bijvoorbeeld in de vorm van outsourcing en joint ventures, steeds meer een noodzaak voor het MKB om producten te verkopen en concurrerend te zijn of te blijven. Door ontwikkelingen binnen de EU zoals de uitbreiding met nieuwe landen en het wegvallen van onderlinge handelsbarrières, is er ook een grotere concurrerende markt ontstaan. Het is duidelijk dat er een impuls uitgaat van het formele integratieproces van de EU. Zo verwacht een toenemend aantal MKB-bedrijven zaken te zullen doen met de nieuwe EU-landen.<sup>2</sup>

#### *Bredere landenoriëntatie: nieuwe landen*

Het grootste deel van de Nederlandse handel en investeringen is gericht op nabijgelegen landen. De buurlanden zijn vooral van belang voor export en import. Ook voor DBI door het MKB geldt dat het grootste deel van de investeringen naar de buurlanden gaat. Het MKB lijkt vooral te internationaliseren binnen Europa. Het is overigens gebruikelijk dat bedrijven vooral binnen de eigen regio investeren; dit geldt bijvoorbeeld ook voor bedrijven in de VS en Japan. Investerings in meer verder gelegen landen zijn vaak risicovol voor het MKB. In sommige landen (bijv. China en Paraguay) speelt daarnaast het gevaar dat producten gekopieerd worden.

Toch is het te verwachten dat door ontwikkelingen als toenemende globalisering en verdere Europese integratie de landenoriëntatie van het MKB breder zal worden. Momenteel is er veel aandacht voor de uitbreiding van de Europese Unie en de kansen die dit biedt voor het bedrijfsleven. Ook is er veel belangstelling voor de opkomst van markten buiten Europa. Er wordt gesteld dat hier mogelijkheden liggen voor expansie voor

<sup>1</sup> Buckley, P.J., J. Campos, H. Mirza en E. White (eds.) (1997), *International Technology Transfer by Small and Medium Sized Enterprises*, Londen; OECD (2000), *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*, Parijs.

<sup>2</sup> Brummelkamp, Guido en Jolanda Hessels (2004), *Kansen in de nieuwe EU-lidstaten. De betekenis van de uitbreiding van de Europese Unie voor het Nederlandse MKB*, EIM, Zoetermeer.

Nederlandse bedrijven, met name omdat het hier vaak gaat om grote markten (qua bevolkingsaantallen).<sup>1</sup>

Meer specifiek staan handel met en investeringen door het MKB in de nieuwe EU-landen in Midden- en Oost-Europa sterk in de belangstelling. Uit de macrocijfers voor het Nederlandse bedrijfsleven als geheel blijkt dat de investeringspositie van Nederland in de nieuwe EU-landen sterker is dan de handelspositie en dat er nog veel te winnen is op dit punt. Recente resultaten laten zien dat MKB-bedrijven vooral kansen zien om exporten in deze regio te vergroten.<sup>2</sup> Er lijkt ook sprake te zijn van een toenemende groep bedrijven die van plan is te investeren in Midden- en Oost-Europa. Het gaat met name om bedrijven in de industrie en de bouwnijverheid.

Volgens experts zijn bedrijven alweer verder aan het kijken dan de nieuwe EU-landen. Landen die in dit verband vooral genoemd worden, zijn Oekraïne, Roemenië en Turkije. Momenteel zijn India en China belangrijke opkomende markten. Het MKB lijkt ook aandacht te hebben voor Azië en daarnaast spelen landen in het Midden-Oosten een rol voor het MKB.

De meeste experts zijn het er overigens wel over eens dat MKB-bedrijven het het beste dicht bij huis kunnen zoeken. De algemene indruk is dat, hoewel er in sommige niches duidelijk kansen liggen voor specifieke MKB-bedrijven, het vooral erg lastig is voor MKB-bedrijven om een blijvende plaats te veroveren in markten die verder weg liggen. Het grootbedrijf heeft bijvoorbeeld meer financiële armslag om iets te ondernemen in lastige landen en daar ook actief te blijven.

#### *Nieuwe sectoren: groei export en DBI zakelijke dienstverlening*

In de expertinterviews kwam naar voren dat een groei van de export verwacht wordt in de zakelijke dienstverlening en dan met name in de financiële dienstverlening. Bedrijven in Nederland in deze sectoren richten zich steeds meer op buitenlandse markten.<sup>3</sup> Door het vrije verkeer van diensten (nieuwe EU-richtlijn diensten) ontstaan er kansen voor bijvoorbeeld fiscalisten en accountants in de nieuwe EU-landen. Ook is de verwachting dat er de komende jaren meer geïnvesteerd zal worden in het buitenland door bedrijven in de dienstensector.<sup>4</sup> Daarnaast wordt verwacht dat de export van de industrie zal afnemen, omdat veel bedrijven hun activiteiten naar het buitenland verplaatsen, bijvoorbeeld als gevolg van gebrek aan capaciteit in Nederland en gebrek aan vestigingslocaties. Uit een onderzoek onder de technologie-industrie blijkt dat 11% van de bedrijven een productievestiging heeft in Centraal- en Oost-Europa en dat eveneens 11% aan geeft van plan te zijn om binnen vijf jaar de productie te verplaatsen.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2003), *Nederland Handelsland. Het perspectief van de transactiekosten*, Den Haag.

<sup>2</sup> Brummelkamp, Guido en Jolanda Hessels (2004), *Kansen in de nieuwe EU-lidstaten. De betekenis van de uitbreiding van de Europese Unie voor het Nederlandse MKB*, EIM, Zoetermeer.

<sup>3</sup> Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2003), *Nederland Handelsland. Het perspectief van de transactiekosten*, Den Haag.

<sup>4</sup> Ministerie van Economische Zaken (2005), *Visie op verplaatsing. Aard, omvang en effecten van verplaatsing van bedrijfsactiviteiten naar het buitenland*, Den Haag.

<sup>5</sup> Ministerie van Economische Zaken en Vereniging FME-CWM (2003), *Verplaatsing van productiefaciliteiten naar Centraal- en Oost-Europa. Een versnellend proces*, Den Haag/Zoetermeer.

### *Internationalisering van meer activiteiten dan in het verleden*

Het gaat tegenwoordig bij MKB-internationalisering niet meer alleen om buitenlandse inkoop en verkoop, maar ook om de internationalisering van een veelheid aan activiteiten zoals productie, distributie en R&D. Wanneer een bedrijf buitenlandse investeringen heeft, bestaat de mogelijkheid dat uiteindelijk alle activiteiten van een bedrijf naar het buitenland verplaatst worden. Als de productie bijvoorbeeld eenmaal naar het buitenland is verplaatst, leidt dit er mogelijk toe dat ook R&D naar het buitenland wordt verplaatst. Het is immers logisch om R&D te verrichten dicht bij fabrieken waar mensen bezig zijn met productie. Ideeën voor product- of productievernieuwing komen vaak tot stand op de werkvloer.

## 8.2 Trends: uitdagingen en bedreigingen voor het MKB

### *Uitdaging voor MKB om meer toegevoegde waarde te leveren*

Nederlandse industriële MKB-bedrijven zijn vooral sterk in het lage en middensegment wat betreft de kwaliteit van producten. De uitdaging zit erin om meer toegevoegde waarde te leveren, zodat de marges wat omhoog kunnen. Voor het MKB liggen veel kansen, ook op de internationale markt, in specifieke product-marktcombinaties of specifieke segmenten, dus in niches waarin het mogelijk is om goede marges te behalen. Een ontwikkeling die zichtbaar is, is dat MKB-bedrijven proberen de uniciteit van hun producten te vergroten, bijvoorbeeld door in samenwerking met de klant nieuwe klantgerichte concepten te ontwikkelen (zoals verpakkingen). Het gaat dan om innovatie van product en marketing.

### *Belang van netwerken wordt onderkend*

De WRR, de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, wijst op het belang van internationale handelsnetwerken om als handelsnatie van belang te kunnen blijven.<sup>1</sup> Netwerken is van groot belang voor MKB-bedrijven. Het kan bijvoorbeeld gaan om netwerken van toeleveranciers, afnemers en concullega's. Een aantal organisaties spelen op dit gebied een rol, zoals FENEDEX, NEC en de regionale Kamer van Koophandel. Handelsmissies kunnen ook interessant zijn om mensen in netwerken te helpen. In sommige landen doen ze liever zaken met een lokale partner, soms is het een eis om een eigen vestiging te hebben (bijv. Hong Kong).

### *Toegenomen concurrentie als grootste bedreiging*

De grootste bedreiging voor MKB-bedrijven lijkt te liggen in de veranderde concurrentieomgeving. Zowel bedrijven die actief zijn op de buitenlandse markt als bedrijven die zich alleen richten op de binnenlandse markt zullen in toenemende mate te maken krijgen met buitenlandse concurrentie.<sup>2</sup> Hierdoor moeten bedrijven zich bijvoorbeeld sterker richten op kostenverlaging of op nieuwe markten.<sup>3</sup> Er zijn, onder ander door de uitbreiding van de EU, veel nieuwe spelers bijgekomen. Producten uit nieuwe EU-landen zijn over het algemeen van vergelijkbare kwaliteit. Dit is slecht voor de arbeidsintensieve

<sup>1</sup> Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2003), *Nederland Handelsland. Het perspectief van de transactiekosten*, Den Haag.

<sup>2</sup> Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2003), *Nederland Handelsland. Het perspectief van de transactiekosten*, Den Haag.

<sup>3</sup> Ministerie van Economische Zaken (2005), *Visie op verplaatsing. Aard, omvang en effecten van verplaatsing van bedrijfsactiviteiten naar het buitenland*, Den Haag.

productie in Nederland. In Nederland moeten de arbeidskosten per eenheid product omlaag om mee te blijven doen of moet een deel van de productie uitbesteed worden aan lagelonenlanden.

### 8.3 Trends: trends op basis van internationaliseringsonderzoek

#### *Aandacht voor het verband tussen import en uitgaande vormen van internationalisering (export en DBI)*

Zowel in theorie als in praktijk is er steeds meer belangstelling voor het mogelijke verband tussen ingaande en uitgaande vormen van internationalisering. Van oorsprong ging het bij internationalisering vooral om export. Onderzoek naar internationalisering van het MKB was dan ook vooral gericht op exportactiviteiten van bedrijven.<sup>1</sup> Een aantal recente studies benadrukt het mogelijke verband tussen inwaartse en uitwaartse internationalisering, waarbij ervan uit wordt gegaan dat importactiviteiten bijdragen aan bijvoorbeeld export.<sup>2</sup> Onderzoek heeft uitgewezen dat een meerderheid van bedrijven betrokken is bij zowel uitgaande vormen (bijv. export en buitenlandse investeringen) als ingaande (bijv. import) vormen van internationalisering.<sup>3</sup> Het wordt in toenemende mate onderkend dat ingaande en uitgaande vormen van internationalisering processen zijn die met elkaar samenhangen en dat buitenlandse inkopen bijvoorbeeld kunnen bevorderen dat bedrijven starten met exporteren.<sup>4</sup> Het idee hierachter is dat de stap om te gaan exporteren wellicht kleiner is als het bedrijf al zakelijke contacten heeft in het buitenland.

#### *Toename born globals*

Globalisering heeft het mogelijk gemaakt voor bedrijven om direct na de bedrijfsstart te internationaliseren: de zogenaamde 'born globals'.<sup>5</sup> Een dergelijke abrupte internationalisering verschilt van het veelal (veronderstelde) traditionele proces van toenemende betrokkenheid in buitenlandse markten. Zowel in onderzoek als door experts wordt erkend dat het aantal born globals in Nederland toeneemt. Er wordt daarbij opgemerkt dat het soms gaat om ondernemers die al internationale ervaring hebben, bijvoorbeeld via een baan bij een multinational, en die voor zichzelf zijn begonnen. Hiermee is er ook meer aandacht gekomen voor de rol en bekwaamheden van mensen, inclusief die van

<sup>1</sup> Zie o.a. Bloodgood, J.M., H.J. Sapienza en J.G. Almeida (1996), 'The internationalization of new high-potential U.S. ventures: antecedents and outcomes', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20, 4, 61-76; McDougall, P.P. en B.M. Oviatt (1996), 'New venture internationalization, strategic change, and performance: a follow-up study', *Journal of Business Venturing*, 11, 34-40.

<sup>2</sup> Zie o.a. Welch, L.S. en R.K. Luostarinen (1993), 'Inward and Outward Connections in Internationalization', *Journal of International Marketing*, 1,1, 46-58; Korhonen, H. (1999), *Inward-Outward Internationalization of Small and Medium Enterprises*, Helsinki: Helsinki School of Economics and Business Administration; Liang, N. en A. Parkhe (1997), 'Importer Behavior: The Neglected Counterpart of International Exchange', *Journal of International Business Studies*, 28, 3, 495-530.

<sup>3</sup> Fletcher, R. (2001), 'A holistic approach to internationalisation', *International Business Review*, 10, 25-49.

<sup>4</sup> Korhonen, H. (1999), *Inward-Outward Internationalization of Small and Medium Enterprises*, Helsinki: Helsinki School of Economics and Business Administration; Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*. EIM, Zoetermeer.

<sup>5</sup> Buckley, P.J., J. Campos, H. Mirza en E. White (eds.) (1997), *International Technology Transfer by Small and Medium Sized Enterprises*, London.

de ondernemer die een vroege internationalisering van zijn onderneming/jonge bedrijf op gang brengt.<sup>1</sup>

## 8.4 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn een aantal trends onderscheiden die een rol spelen op het gebied van MKB-internationalisering. Allereerst is een uitbreiding van MKB-internationalisering te verwachten. Hierbij kan gedacht worden aan trends als een toename van internationale activiteiten van het MKB; een oriëntatie op meer en nieuwe landen; toenemende internationalisering van sectoren die oorspronkelijk meer op de binnenlandse markt gericht waren (bijv. zakelijke dienstverlening); en internationalisering van meer activiteiten (zoals productie, distributie en R&D) dan in het verleden het geval was. Daarnaast heeft het MKB ook te maken met een aantal specifieke uitdagingen en/of bedreigingen. Uitdagingen voor het MKB zijn te vinden in het leveren van meer toegevoegde waarde en het deelnemen in (internationale) netwerken, terwijl de toegenomen internationale concurrentie als grootste bedreiging geldt. Tot slot is ook een aantal trends geïdentificeerd op basis van internationaliseringsonderzoek. Zo is er meer aandacht voor de mogelijke samenhang tussen importen en andere (uitgaande) vormen van internationalisering (zoals exporten en investeringen in het buitenland) en is er een toename van het aantal born globals te verwachten.

<sup>1</sup> Knight, G.G. en S.T. Cavusgil (1996), 'The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory', *Advances in International Marketing*, 8, 11-26; Madsen, T.K. en P. Servais (1997), 'The internationalization of born globals: An evolutionary process', *International Business Review*, 6, 61-583.



## 9 Overzicht: internationalisering van het MKB

In dit hoofdstuk wordt allereerst een totaaloverzicht gegeven van wat bekend is over internationalisering van het MKB (op basis van theorie en empirie) en van de gesignaleerde trends. Vervolgens komt aan bod welke witte vlekken er nog zijn en hoe de agenda voor vervolgonderzoek eruit komt te zien.

### 9.1 Bestaande inzichten

#### 9.1.1 *Theorie*

Het meest gangbare model voor internationalisering van het MKB is het Uppsala-model of de stagetheorie. Volgens deze theorie internationaliseren bedrijven hun activiteiten geleidelijk. Internationalisering wordt benaderd als een proces dat zich ontwikkelt via export tot een meer uitgebreidere betrokkenheid in buitenlandse markten, bijvoorbeeld door het hebben van een eigen verkoopvestiging. Tegenwoordig is er ook meer aandacht voor bedrijven die niet zozeer een geleidelijk internationaliseringsproces doormaken, maar die direct vanaf de start van de onderneming internationaal actief zijn. Het gaat dan om zogenaamde 'born globals' of 'international new ventures'.

#### 9.1.2 *Empirie*

##### *Mate van internationalisering*

Op basis van de resultaten uit de voorgaande hoofdstukken is in tabel 26 een overzicht te vinden van de mate waarin het Nederlandse MKB betrokken is bij de verschillende vormen van internationalisering.

tabel 26 Internationalisering door het Nederlandse MKB, in procenten, 2004

<i>Vorm van internationalisering</i>	<i>% van Nederlandse MKB-ondernemingen</i>
Exporteren	18
Importeren	26
Directe Buitenlandse Investeringen*	2
Grensoverschrijdende samenwerking:	9
– Samenwerking met alleen buitenlandse bedrijven	2
– Samenwerking met zowel buitenlandse als Nederlandse bedrijven	7

\* *Percentage dat in de afgelopen drie jaar buitenlandse investeringen heeft gedaan.*

*Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.*

Het blijkt dat, gelet op alle vormen van internationalisering, de meeste bedrijven importeren (ongeveer een kwart). Ook exporteren bedrijven naar verhouding vaak (circa een vijfde). Ongeveer een tiende van de bedrijven werkt samen met buitenlandse partners. Buitenlandse investeringen komen het minst vaak voor. Een klein deel van het MKB (2%) investeert in het buitenland.

Er wordt wel gesuggereerd dat internationale betrokkenheid van het MKB vaak gericht is op één soort activiteit. Uit een onderzoek onder Zwitserse MKB-bedrijven blijkt bijvoorbeeld dat 46% van de bedrijven betrokken is bij één vorm van internationalisering

tegenover 39% die betrokken is bij meerdere internationale activiteiten.<sup>1</sup> In vergelijking met MKB-bedrijven zijn grotere bedrijven eerder volledig geïnternationaliseerd. Voor het Nederlandse MKB geldt dat er soms sprake is van geïsoleerde activiteiten: 13% van de bedrijven importeert uitsluitend, 5% doet alleen aan export, 0,4% heeft alleen investeringen in het buitenland en 2% werkt alleen grensoverschrijdend samen en heeft geen andere internationale activiteiten. In Nederland is dus circa 20% van het MKB betrokken bij één vorm van internationalisering. De meeste MKB-bedrijven die internationaal actief zijn combineren twee of meer vormen van internationalisering.

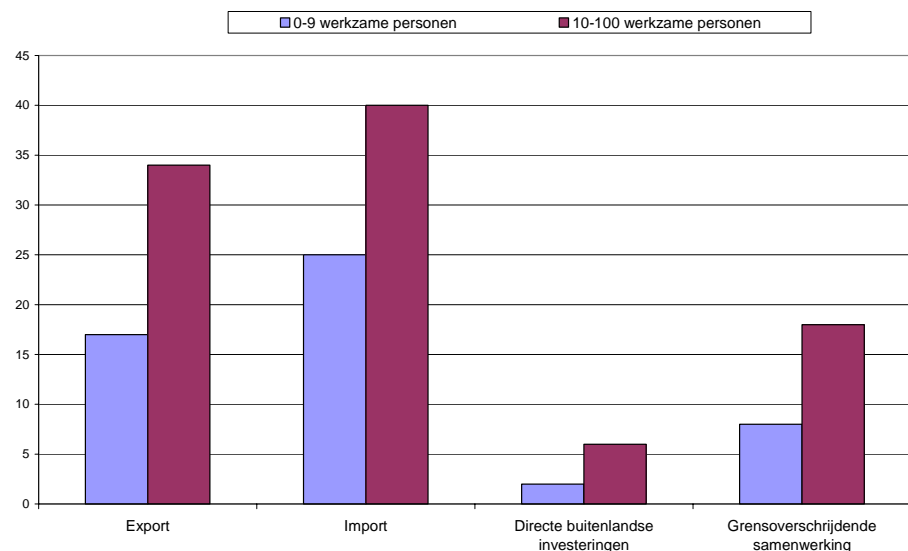
#### *Het Nederlandse MKB in internationaal perspectief*

Het Nederlandse bedrijfsleven als geheel behoort tot de grootste exporteurs, importeurs en buitenlandse investeerders in de wereld. Het Nederlandse MKB neemt in internationaal perspectief echter niet een dergelijke toppositie in. Gelet op het aandeel MKB-bedrijven met exportactiviteiten, importen en directe buitenlandse investeringen neemt het Nederlandse MKB in Europees perspectief hooguit een middenpositie in.

#### *Internationalisering naar bedrijfsgrootte en sector*

De mate van internationalisering neemt voor alle vormen van internationalisering toe met de bedrijfsgrootte (zie figuur 14).

**figuur 14** Aandeel geïnternationaliseerde MKB-bedrijven per grootteklasse, in procenten, 2004



Bron: EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

Gelet op de mate van internationalisering per sector valt op dat de industrie, het transport en de handel naar verhouding het hoogste aandeel exporterende MKB-bedrijven hebben. In de handel en de industrie is het aandeel importerende MKB-bedrijven het grootst. In geval van buitenlandse investeringen geldt dit voor de handels- en de trans-

<sup>1</sup> Hollenstein, Heinz (2002), *Patterns and Determinants of International Activities: Are SMEs Different? An Empirical Analysis Based on Firm-level Data for the Swiss Business Sector*, Swiss Federal Institute of Technology, Institute for Business Cycle Research, Austrian Institute of Economic Research (WIFO), Zürich/Wenen.

portsector. De industrie en de transportsector hebben naar verhouding het grootste aandeel MKB-bedrijven die grensoverschrijdend samenwerken. Internationalisering vindt dus met name zijn weg in de industrie, handel en transport.

Een verdeling van de geïnternationaliseerde MKB-bedrijven naar sector levert echter andere inzichten op. Zo blijkt bijvoorbeeld dat de meeste exporteurs zich naar verhouding bevinden in de handels- en de dienstensector. De helft van de importeurs is afkomstig uit de handelssector. Buitenlandse investeerders zijn voornamelijk te vinden in de handel en het transport en in de dienstverlenende sectoren. Grensoverschrijdende samenwerkers, tot slot, zijn binnen het MKB met name actief in de handel en in de zakelijke dienstverlening. Wat vooral opvalt is dat in de dienstensector een aanzienlijk deel van de MKB-bedrijven met internationale activiteiten te vinden is.

#### *Intensiteit van internationalisering*

Voor de meeste exporterende bedrijven heeft de export een klein aandeel (minder dan een kwart) in de totale omzet van het bedrijf. Ook geldt dat de importen vaak een aandeel van minder dan een kwart in de totale bedrijfskosten hebben. Bij buitenlandse investeringen geldt voor het merendeel van de bedrijven dat het geïnvesteerde bedrag in het buitenland minder dan 1.000.000 miljoen euro bedraagt. Bij bijna de helft van de bedrijven gaat het zelfs om een bedrag van minder dan 100.000 euro. In geval van grensoverschrijdende samenwerking zijn geen gegevens bekend over de intensiteit. Wel blijkt dat de samenwerking met buitenlandse bedrijven bij een ruime meerderheid (85%) van de MKB-bedrijven heeft geleid tot een verbetering van de concurrentiepositie.

#### *Geografische oriëntatie*

Het MKB drijft vooral handel met EU-15 landen. Dit geldt in mindere mate voor directe buitenlandse investeringen. Wat betreft grensoverschrijdende samenwerking is voortsnog niet bekend met welke landen het Nederlandse MKB vooral samenwerkt.

#### *Motieven voor internationalisering*

De beperkte thuismarkt vormt een belangrijk motief voor bedrijven om internationaal actief te worden. Voor alle vormen van internationalisering is dit een van de meest genoemde motieven. Opvallend is verder dat toegang tot kennis en technologie als een van de belangrijkste motieven voor alle vormen van internationalisering naar voren komt (met uitzondering van buitenlandse investeringen). De hogere productiekosten op de binnenlandse markt zijn vaak een motief om te importeren of om te investeren in het buitenland. Specifieke motieven die een rol spelen bij grensoverschrijdende samenwerking zijn het aanbieden van een breder assortiment en de mogelijkheid om door middel van samenwerking de kosten te verlagen.

#### *Knelpunten bij internationalisering*

Bedrijven komen diverse knelpunten tegen in hun internationale activiteiten. Bij export zijn de hoge kosten, wet- en regelgeving, de prijs van producten/diensten en taal- en cultuurverschillen de meest genoemde knelpunten die bedrijven tegenkomen. Bedrijven die importeren stuiten minder vaak op knelpunten. Als ze wel knelpunten tegenkomen gaat het met name om de prijs van producten of diensten. Bedrijven komen diverse knelpunten tegen bij het doen van investeringen in het buitenland. Het gaat bijvoorbeeld om zaken als onvoldoende kennis en vaardigheden bij het eigen bedrijf en taal- en cultuurverschillen. De belangrijkste knelpunten die een rol spelen bij het samenwerken met buitenlandse bedrijven zijn beperkingen door belastingen en regelingen en

taal- en cultuurverschillen. Andere knelpunten waar bedrijven specifiek op stuiten bij grensoverschrijdende samenwerking zijn de wens om onafhankelijkheid te behouden en het niet willen delen van gevoelige informatie.

### 9.1.3 Beschikbare databronnen

In het voorliggende rapport zijn een aantal belangrijke bronnen voor informatie over internationalisering van het MKB geïdentificeerd.

Voor gegevens over het Nederlandse MKB is het EIM MKB-Beleidspanel de belangrijkste databron. Gegevens over import en export worden al meerdere jaren verzameld via dit panel. In 2004 zijn voor het eerst data verzameld binnen het EIM MKB-Beleidspanel over directe buitenlandse investeringen en grensoverschrijdende samenwerking door het MKB.

Internationaal vergelijkbare MKB-data zijn beschikbaar dankzij de ENSR Enterprise Survey 2003. Deze survey bevat gegevens voor meerdere Europese landen over export, import, buitenlandse investeringen en grensoverschrijdende samenwerking door het MKB. Dit betreft een eenmalige gegevensverzameling rond internationalisering in 2003.

Een andere databron betreft de EIM Exportthermometer. Via deze thermometer wordt jaarlijks gedetailleerde exportinformatie verzameld over de exportontwikkeling en het exportpotentieel in de diverse industriële sectoren.

## 9.2 Belangrijkste trends

De volgende trends zijn gesignaleerd in dit onderzoek ten aanzien van MKB-internationalisering:

### *Trends: uitbreiding van MKB-internationalisering*

De verwachting is dat MKB-bedrijven de komende jaren in toenemende mate actief zullen worden in internationale markten. Samengevat zal het daarbij gaan om:

- toename internationale activiteiten MKB
- bredere landenoriëntatie: nieuwe landen
- nieuwe sectoren: groei export en DBI zakelijke dienstverlening
- internationalisering van meer activiteiten dan in het verleden.

### *Trends: uitdagingen en bedreigingen voor het MKB*

Als gevolg van verdergaande internationalisering van de economie heeft het MKB te maken met een aantal specifieke uitdagingen en/of bedreigingen:

- Uitdaging voor MKB om meer toegevoegde waarde te leveren
- Belang van netwerken wordt onderkend
- Toegenomen concurrentie als grootste bedreiging.

### *Trends: trends op basis van internationaliseringsonderzoek*

Binnen internationaliseringsonderzoek zijn een aantal ontwikkelingen aan te wijzen die sterk in de belangstelling staan:

- Aandacht voor het verband tussen import en uitgaande vormen van internationalisering (export en DBI)
- Toename born globals.

## 9.3 Witte vlekken en agenda voor vervolgonderzoek

### 9.3.1 *Gewenste inzichten*

Op basis van de verkenning van theoretische en empirische inzichten en de gesignaleerde trends kunnen de volgende gewenste inzichten geïdentificeerd worden wat betreft internationalisering van het MKB:

[Hoofdstukken Theorieën en modellen (2) en Trends (8)]

- *Born globals*. Zowel in literatuur als door experts wordt onderkend dat het aantal born globals (bedrijven die vanaf de oprichting een sterke internationale focus hebben) toeneemt. Er bestaat tot nu toe nog weinig inzicht in deze zogenaamde born globals. Om wat voor bedrijven gaat het? In welke sectoren zijn ze vooral te vinden? Zijn het bedrijven die daadwerkelijk nieuw zijn op de internationale markt, of gaat het om ondernemers die veel internationale ervaring hebben opgedaan in eerdere werksituaties?

[Hoofdstuk grensoverschrijdende samenwerking (7)]:

- *Grensoverschrijdende samenwerking: vormen, activiteiten, landenoriëntatie en intensiteit*. Er is relatief weinig bekend over grensoverschrijdende samenwerking door het MKB. Zo ontbreekt het bijvoorbeeld aan gegevens over vormen van internationale samenwerking waar MKB-bedrijven bij betrokken zijn, activiteiten waarin MKB-bedrijven samenwerken (verkoop, productie, R&D etc.), met welke landen vooral wordt samengewerkt door het MKB en wat de intensiteit van de samenwerking is. Op dit punt is meer inzicht gewenst.

[Hoofdstukken over vormen van internationalisering (4-7)]

- *Prestaties van het Nederlandse MKB in Europees perspectief*. Het Nederlandse bedrijfsleven als geheel behoort tot de grootste exporteurs en buitenlandse investeerders in de wereld. Duidelijk is echter dat het Nederlandse MKB wat betreft internationalisering niet tot de Europese top behoort. De analyse van de vormen van internationalisering in het voorliggende rapport heeft laten zien dat MKB-bedrijven in vergelijking met andere Europese landen vrij gemiddeld presteren als het gaat om het aandeel bedrijven met export en buitenlandse investeringen. Het ontbreekt aan inzicht in verschillen in prestaties tussen de landen en hoe die verklaard kunnen worden. Het zou interessant zijn om de internationalisering van het Nederlandse MKB wat nader te bekijken in vergelijking met een aantal andere Europese landen. Hoe verhouden internationale activiteiten van het Nederlandse MKB zich tot internationale activiteiten van MKB-bedrijven in andere Europese landen? Waarin moet de verklaring voor verschillen in prestaties gezocht worden?
- *Relatie tussen internationalisering en innovativiteit*. Opvallend is dat bij de meeste vormen van internationalisering 'toegang tot kennis en technologie' als een van de belangrijkste motieven genoemd is. De relatie tussen internationalisering en innovativiteit is echter nog steeds niet ontrafeld. Er wordt nogal eens gesteld dat de structuur van de Nederlandse export weinig kennisintensief is. Is innovativiteit de eerste stap naar export of andere vormen van internationalisering? Hoe innovatief is het geïnternationaliseerde MKB?

[Hoofdstukken over vormen van internationalisering (4-7) en Trends (8)]

- *Ontwikkeling van internationalisering*. In dit rapport is een stand van zaken gegeven van MKB-internationalisering. Het ontbreekt echter aan gegevens over een reeks van jaren om nader te bekijken hoe internationalisering van bedrijven zich

door de jaren heen ontwikkelt. Het ontbreekt voornamelijk aan inzicht in de langere-termijnontwikkeling van het internationaliseringsgedrag van individuele bedrijven. Door jaarlijks de stand van zaken rond internationalisering van het MKB te volgen via een aantal standaardvragen in het MKB-Beleidspanel is het mogelijk om de ontwikkeling van internationalisering te volgen. Daarnaast ontbrak het tot voor kort aan gegevens over directe buitenlandse investeringen door het MKB. Door de directe buitenlandse investeringen jaarlijks te meten in het MKB-Beleidspanel kan worden voorzien in een lacune. Met behulp van gegevens uit het MKB-Beleidspanel, waarin standaard aan bedrijven wordt gevraagd of ze exporteren en importeren, is het nu al mogelijk om het export- en importgedrag van bedrijven over een aantal jaren onder de loep te nemen.

- *Internationalisering van MKB in dienstensector.* Evenals bij innovatiestudies is handel in de dienstensector lastiger te meten dan in de industrie. Gezien het belang van de dienstensector voor de Nederlandse economie en het feit dat een aanzienlijk deel van de geïnternationaliseerde bedrijven afkomstig is uit de dienstensector, is het een uitdaging om de handel en buitenlandse investeringen in de diensten beter in kaart te brengen. De verwachting is dat de export van diensten de komende jaren verder zal toenemen. Wat betreft export is vooral veel bekend over export door de industrie. Export van diensten is echter lastiger te meten dan de export van producten. Wat voor diensten worden er precies geëxporteerd en waar ligt het exportpotentieel of liggen de exportkansen? Ook wat betreft buitenlandse investeringen is de dienstensector van groot belang. Het zou interessant zijn om de internationalisering en bijvoorbeeld het exportpotentieel van de dienstensector nader te bekijken.

[Hoofdstuk Trends (8)]

- *De invloed van toenemende internationale concurrentie.* Door ontwikkelingen als globalisering en de uitbreiding van de Europese Unie zijn er veel nieuwe spelers bijgekomen en is de concurrentieomgeving voor het MKB sterk gewijzigd. Veelal wordt dit beschouwd als een grote bedreiging voor Nederlandse MKB-bedrijven. Hoe reageren MKB-bedrijven op deze toenemende internationale concurrentie? Wat is het effect van deze toenemende internationale concurrentie op de internationaliseringsstrategie van Nederlandse MKB-bedrijven?
- *De rol van het MKB in internationale handelsnetwerken.* De WRR wijst op het belang van internationale handelsnetwerken om als handelsnatie van belang te kunnen blijven. De vraag is hoe internationale handelsnetwerken er in de regel uitzien, in welke netwerken Nederland sterk is, en welke rol het MKB daarin speelt. Indien het MKB daarin namelijk een kleine of afnemende rol speelt, zal dat in de toekomst zeker ten koste gaan van het aanwenden van het grote exportpotentieel dat nog bij het MKB ligt.

[Alle hoofdstukken]

- *Patronen van internationalisering:* welke vormen van internationalisering gaan samen, waarom en in welke volgorde (o.a. relatie tussen DBI en handel). In het voorliggende rapport zijn de internationaliseringsvormen afzonderlijk behandeld. Er is echter weinig bekend over welke internationaliseringsvormen samengaan en wat de samenhang is tussen de verschillende internationale activiteiten van de onderneming. Voor het Nederlandse MKB is bekend dat export en import vaak samen-

gaan. In 2004 doet 64% van de exporterende MKB-bedrijven bijvoorbeeld ook aan import.<sup>1</sup> Import en export worden vaker gecombineerd dan dat er sprake is van geïsoleerde activiteiten. Wellicht is de stap om ook te gaan exporteren dan wel importeren kleiner wanneer een bedrijf al contacten heeft in het buitenland. Het is niet duidelijk welke stap in het internationaliseringsproces het eerst gezet wordt. Leidt export tot import of andersom? Welke activiteit onderneemt een bedrijf eerder, en is er een verband op basis van opgebouwde internationale netwerken te constateren? Het is niet bekend wat de exacte relatie is tussen handel en DBI. Bij bedrijven die aan DBI doen gaat het soms om bedrijven die al exporteren en/of importeren. De belangrijkste overweging van bedrijven is vaak dat ze op zoek zijn naar een plek waar ze hun product goed en goedkoop kunnen produceren en van daaruit worden vervolgens andere markten bediend en dus niet per se alleen het productie-land. De verwachting is dat bedrijven vaak eerst een buitenlandse agent hebben alvorens ze overgaan tot het verrichten van DBI. Soms komt het voor dat export wordt omgezet in DBI. Tegelijkertijd kan de aanwezigheid in buitenlandse markten weer leiden tot meer vraag en dus meer export. Het ontbreekt aan kennis over wat de exacte relatie is tussen DBI en andere internationale activiteiten. Zorgt DBI bijvoorbeeld vooral voor substitutie of juist voor een versterking van export?

- *Meerdere vormen van internationalisering.* Dit onderzoek was specifiek gericht op vier basisvormen van internationalisering. Gezien de diversiteit van internationalisering is het aan te raden om in vervolgonderzoek ook andere vormen van internationalisering mee te nemen, bijvoorbeeld detacheringen in het buitenland, of het aantrekken van personeel uit het buitenland.

### 9.3.2 Gewenste data

Een aantal geïdentificeerde gewenste inzichten kunnen ingevuld worden met behulp van data die al bij EIM aanwezig en verzameld zijn in het kader van het EIM MKB-Beleidspanel. Dit geldt voor '*Patronen van internationalisering*' en voor '*De relatie tussen internationalisering en innovativiteit*'. EIM heeft reeds projecten rond deze twee thema's opgestart, die in 2005 afgerond zullen worden.

Voor veel van de geïdentificeerde onderwerpen geldt dat ze zich goed lenen voor dataverzameling via het EIM MKB-Beleidspanel. Deze dataverzameling heeft echter tot nu toe niet plaatsgevonden. Dit is van toepassing op de volgende onderwerpen:

- *Grensoverschrijdende samenwerking: vormen, activiteiten, landenoriëntatie en intensiteit*
- *Ontwikkeling van internationalisering*
- *De invloed van toenemende internationale concurrentie*
- *Meerdere vormen van internationalisering.*

Voor het onderwerp '*Internationalisering van het MKB in de dienstensector*' is het nodig om een meting te houden onder een groot aantal bedrijven in de dienstensector. Met behulp van de ERBO-enquête is het mogelijk om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van export en in het exportpotentieel van bedrijven in diverse dienstverlenende sectoren. EIM zal in 2005 voor het eerst een exportthermometer voor de diensten opstellen.

Voor een aantal onderwerpen is kwalitatieve dataverzameling via interviews met bedrijven gewenst. Het gaat dan met name om het verkrijgen van inzicht in verschijnselen die

<sup>1</sup> EIM MKB-Beleidspanel, meting juli 2004.

relatief nieuw zijn of waar nog weinig onderzoek naar is gedaan, en om het verkrijgen van inzicht in het bestaan van mogelijke verbanden. Denk bijvoorbeeld aan '*Born globals*' of '*Internationalisering van het MKB in de dienstensector*', maar ook bij een onderwerp als '*Patronen van internationalisering*' zouden aanvullende interviews met bedrijven relevant kunnen zijn om meer inzicht te verkrijgen in de samenhang tussen verschillende vormen van internationalisering

Voor het onderwerp '*Prestaties van het Nederlandse MKB in Europees perspectief*' geldt dat de ENSR Enterprise Survey 2003 momenteel de enige aanwezige bron is waarin internationaal vergelijkbare gegevens voor een groot aantal Europese landen zijn verzameld. Op basis van deze database alleen is het echter niet mogelijk om verschillen in prestaties tussen landen te verklaren.

## Literatuurlijst

- Bilkey, W.J. en G. Tesar (1977), 'The export behavior of smaller Wisconsin manufacturing firms', *Journal of International Business Studies*, 8, 93-98.
- Bloodgood, J.M., Sapienza, H.J. en J.G. Almeida (1996), 'The internationalization of new high-potential U.S. ventures: antecedents and outcomes', *Entrepreneurship Theory and Practice* 20, 4, 61-76.
- Braaksma, R.M. (2003), *Exportontwikkeling van het MKB*, EIM, Zoetermeer.
- Brummelkamp, Guido, en Jolanda Hessels (2004), *Kansen in de nieuwe EU-lidstaten. De betekenis van de uitbreiding van de Europese Unie voor het Nederlandse MKB*, EIM, Zoetermeer.
- Buckley, P.J., J. Campos, H. Mirza en E. White (eds.) (1997), *International Technology Transfer by Small and Medium Sized Enterprises*, Londen.
- Buckley, P.J. en M.C. Casson (1976), *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, Londen.
- Caves, R.E. (1971), 'International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment', *Economica*, 38, 1-27.
- Caves, R.E. (1982), *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Cavusgil, S. (1980), 'On the Internationalization Process of Firms', *European Research*, 8, 6, 273-281.
- Cook, K.S. en R.M. Emerson (1978), 'Power, Equity, and Commitment in Exchange Networks', *American Sociological Review*, 43, 721-739.
- Coviello N. en K. Martin (1999), 'An Integrated Perspective of SME Internationalisation', *Journal of International Marketing*, 7, 4, 42-66.
- Dunning, J.H. (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, Workingham.
- Dunning, J. (1995), 'Trade, Location of Economic Activity and the MNE: A Search for an Eclectic Approach', in: Drew, P., *Readings in International Enterprise*, Londen, 250-274.
- Dunning, J.H. (2000), 'The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity', *International Business Review*, 9, 2, 163-190.
- Dijken, J.A. van en Y.M. Prince (1994), 'Internationalisering bedrijfsleven is meer dan import en export', *Accountant-Adviseur*, 9, 12-16.
- EIM (2004), *Kleinschalig Ondernemen 2004. Structuur en ontwikkeling van het Nederlandse MKB*, Zoetermeer.

Elk, J.W. van en M.J. Overweel (1991), *Met Kracht Naar Het Buitenland*, ABN-AMRO Bank, Amsterdam.

Etemad, H. & Wright (2003), 'Internationalization of SMEs: Toward a New Paradigm', *Small Business Economics*, 20, 1, 1-4.

Europese Commissie (2004), *Internationalisation of SMEs, Observatory of European SMEs; Report 2003 No. 4*, Rapport ingediend bij DG Enterprise door KPMG Special Services, EIM Business & Policy Research en ENSR, Brussel.

Europese Commissie (2004), *SMEs and Co-operation; Report 2003 No. 5*, Rapport ingediend bij DG Enterprise door KPMG Special Services, EIM Business & Policy Research en ENSR, Brussel.

Fletcher, R. (2001), 'A holistic approach to internationalisation', *International Business Review* 10, 25-49.

Forsgren, M. (1989) *Managing the Internationalization Process. The Swedish case*, Routledge, London/New York.

Gankema, H.G.J., H.R. Snuif en P.S. Zwart (2000), 'The Internationalization Process of Small and Medium-sized Enterprises: An Evaluation of Stage Theory', *Journal of Small Business Management*, 38, 4, 15-27.

Goedegebuure, R.V. (2000), *Internationalization and competitiveness. Seeing through the Netherlands*. Rotterdam School of Management/Faculteit Bedrijfskunde, Rotterdam.

Goshal, S. en C. Bartlett (1990), 'The multinational corporation as an interorganizational network', *Academy of Management Review*, 15, 4, 603-625.

Hartog, F. en A. Devreker (1979), *Encyclopedie van de Economie*, Elsevier, Amsterdam/Brussel.

Havnes, P. & Hauge (2002), *Utvikling i regional maritim næring - internasjonisering av leverandørbedrifter (Development of regional maritime sector - internationalisation of suppliers)* FoU-rapport nr. 1/2002.

Hessels, Jolanda, en Kees Bakker (2004), *Exportprestaties van het industriële MKB in 2003*, EIM, Zoetermeer.

Hessels, Jolanda, en Maarten Overweel (2003), *Dienstverlening aan importerende bedrijven. Welke rol kan de EVD hierin vervullen?*, EVD/EIM, Den Haag/Zoetermeer.

Hessels, Jolanda, en Maarten Overweel (2004), *Buitenlandse investeringen door het MKB. Toenemende investeringen in lagelonenlanden of op kousenvoeten naar buurlanden*, EIM, Zoetermeer.

Hollenstein, Heinz (2002), *Patterns and Determinants of International Activities: Are SMEs Different? An Empirical Analysis Based on Firm-level Data for the Swiss Business Sector*, Swiss Federal Institute of Technology, Institute for Business Cycle Research; Austrian Institute of Economic Research (WIFO), Zürich/Wenen.

Hymer, S.H. (1976), *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MA: MIT Press, Cambridge (PhD thesis uit 1960).

letto-Gillies, Grazia (2001), *Assessing the degree of internationalization. Some conceptual issues*, Southbank University, London; workshop paper gepresenteerd op de workshop MIUR-ITG, Torino, 13 juni 2001 en op de workshop on 'The internationalisation of European SMEs: culture, entrepreneurship and competitiveness' georganiseerd door EC Socio-economic research Key Action in Brussel, 28 juni 2001.

Johanson, J. en M. Johanson (1999), 'Developing Business in Eastern European Networks', in: Törnroos, J-Å en J. Nieminen, *Business Entry in Eastern Europe. A Network and Learning Approach with Case Studies*, KIKIMORA-Publications, Saarijärvi, 46-71.

Johanson, J. en L.G. Matson (1988), 'Internationalisation in Industrial Systems - A Network Approach', in: Hood, N. en J.E. Vahlne, *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, New York.

Johanson, J. en J.E. Vahlne (1977), 'The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments', *Journal of International Business Studies*, 8, 23-32.

Jong, J.P.J. de en M.J. Overweel (1998), *Op zoek naar potentiële exporteurs*, EIM, Zoetermeer.

Knight, G.G. en S.T. Cavusgil (1996), 'The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory', *Advances in International Marketing*, 8, 11-26.

Korhonen, H. (1999), *Inward-Outward Internationalization of Small and Medium Enterprises*, Helsinki: Helsinki School of Economics and Business Administration.

Krugman, P.R. (1979), 'A Model of Innovation, Technology Transfer and the World Distribution of Income', *Journal of Political Economy*, 87, 253-266.

Liang, N. en A. Parkhe (1997), 'Importer Behavior: The Neglected Counterpart of International Exchange', *Journal of International Business Studies*, 28, 3, 495-530.

Madsen, T.K. en P. Servais (1997), 'The internationalization of born globals: An evolutionary process', *International Business Review*, 6, 61-583.

McDougall, P.P. en B.M. Oviatt (1996), 'New venture internationalization, strategic change, and performance: a follow-up study', *Journal of Business Venturing*, 11, 34-40.

McDougall, Patricia P. en Benjamin M. Oviatt (2003), *Some Fundamental Issues in International Entrepreneurship*, <http://www.usasbe.org/knowledge/whitepapers>, Juni 2004.

McDougall, P.P., S. Shane en B.M. Oviatt (1994), 'Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of International Business Research', *Journal of Business Venturing* 9: 469-487.

Ministerie van Economische Zaken (2003), *Trends in exportfinanciering*, Den Haag.

Ministerie van Economische Zaken en Vereniging FME-CWM (2003), *Verplaatsing van productiefaciliteiten naar Centraal- en Oost-Europa. Een versnellend proces*, Den Haag, Zoetermeer.

Ministerie van Economische Zaken (2005), *Visie op verplaatsing. Aard, omvang en effecten van verplaatsing van bedrijfsactiviteiten naar het buitenland*, Den Haag.

Moen, O. en P. Servais (2002), 'Born global or gradual global? Examining the export behavior of small and medium-sized enterprises', *Journal of International Marketing*, 10, 3, 49-72.

Muizer, A.P. (1999), *Technologische samenwerking in de industrie en de zakelijke diensten 1999*, EIM, Zoetermeer.

OECD (1996), *Small Firms as Foreign Investors: Case Studies from Transition Economies*, The Centre for Co-operation with the Economies in Transition, Parijs.

OECD (2000), *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*, Parijs.

OECD (2001), *Science Technology and Industry Scoreboard 2001: Towards a knowledge-based economy*, OECD, Parijs.

OECD (2002), *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*, Parijs.

Ohlin, Bertil (1933), *Interregional and International Trade*, Harvard University Press, Cambridge.

Overweel M.J. (1999), *Ontsluiting Export Potentie Meter voor ondernemers, De Export Vaardigheids Test*, EIM, Zoetermeer.

Overweel, M.J. en C.C. van de Graaff (2002), *Het belang van importeren voor het MKB*. EIM, Zoetermeer.

Overweel, M.J. en Y.M. Prince (2000), *De export van het Nederlandse MKB: een vergelijking met het Deense MKB*, EIM, Zoetermeer.

Oviatt, B.M. en P.P. McDougall (1994), 'Towards a Theory of International New Ventures', *Journal of International Business Studies*, 25, 1, 45-64.

Peeters, H.H.M. en K.L. Bangma (2003), *Kleinschalig Ondernemen 2003*, EIM, Zoetermeer.

Penrose, E. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford University Press, Oxford.

Pla Barber, J. (1998), 'U'n análisis empírico de la internacionalización española. Modos de entrada y factores de empresa', (An empirical analysis of Spanish internationalisation. Entry patterns and enterprise factors), Acade National Annual Congress, Las Palmas de Gran Canaria; en Merino de Lucas (2001), F., 'El proceso de internacionalización de las pyme' (The internationalisation process among SMEs), in: *Papeles de Economía Española*, no. 89-90, Madrid.

Prince, Y.M., S.J.A. Hessels en W.H.J. Verhoeven (2004), *Factors influencing export development of Dutch manufactured products*, EIM, Zoetermeer.

Prince, Y.M. en R.A. Versfeld (1996), *Exportkansen voor MKB: Key-Regio's*, Stichting Exportraad Midden- en Kleinbedrijf, Voorburg.

Ricardo, David (1817), *On the Principles of Political Economy and Taxation*, John Murray, London.

Rosenbrand, Marlies, Frank Dirks en Joris Meijaard (2003), *Kansrijker door samenwerking. Kenmerken en resultaten van samenwerking door kleine ondernemingen*. EIM en RZO, Den Haag/Zoetermeer.

Smith, Adams (1776), *An inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Methuen and Co., London.

Snel, D. (2003), *Minirapportage: Samenwerking loont*, EIM, Zoetermeer.

Tulder, Rob van, Douglas van den Berghe en Alan Mulder (2001), *Erasmus (S)coreboard of core companies. The World's Largest Firms and Internationalization*, Rotterdam School of Management/Erasmus University Rotterdam.

UNCTAD (2003), *World Investment Report 2003. FDI Policies for Development: National and International Perspectives*, Verenigde Naties, Geneve.

Verenigde Naties (1994), *Small and Medium-Sized Transnational Corporations: Executive Summary and Report on the Osaka Conference*, New York/Geneve.

Vernon, R. (1966), 'International Investment and international trade in the product cycle', *Quarterly Journal of Economics*, 80, 190-207.

Vernon, R. (1991), *Sovereignty at Bay: The International Spread of U.S. Enterprises*, Basic Books, New York.

Welch, L.S. en R.K. Luostarinen (1993), 'Inward and Outward Connections in Internationalization', *Journal of International Marketing*, 1,1, 46-58.

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2003), *Nederland Handelsland. Het perspectief van de transactiekosten*, Den Haag.

Williamson, O.E. (1975), *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, Free Press, New York.

#### **Websites:**

- Website internationaal ondernemen: [www.internationaalondernemen.nl](http://www.internationaalondernemen.nl)
- DNB website: [www.statistics.dnb.nl](http://www.statistics.dnb.nl)
- UNCTAD website: [www.unctad.org](http://www.unctad.org)
- WTO website: [www.wto.org](http://www.wto.org)



De resultaten van het Programma MKB en Ondernemerschap worden in twee reeksen gepubliceerd, te weten: Research Reports en Publieksrapportages. De meest recente rapporten staan (downloadable) op: [www.eim.nl/mkb-en-ondernemerschap](http://www.eim.nl/mkb-en-ondernemerschap).

### Recente Publieksrapportages

A200413	21-3-2005	MKB in een periode van deflatie; risico's en strategieën
A200412	9-3-2005	Ondernemen in de zorg
A200411	17-2-2005	De rol van vernieuwing
A200410	20-1-2005	Oudere versus jongere starters
A200409	5-1-2005	De kracht van de organisatie
A200408	18-11-2004	Succesvol op weg op de elektronische snelweg!!
A200407	2-11-2004	Toetredingsbarrières in de praktijk : Veranderingen in de hoogte van toetredingsbarrières in het notariaat en de makelaardij
A200406	12-10-2004	Ga direct naar een standaard reïntegratietraject, ga niet langs start
A200405	14-9-2004	Ondernemen in de Sectoren
A200404	11-8-2004	Innovatief ondernemerschap en de rol van de brancheorganisaties : Een exploratieve toets
A200403	11-8-2004	Starten in de recessie
A200402	5-7-2004	Kleinschalig Ondernemen 2004
A200401	22-6-2004	Monitor Administratieve Lasten Bedrijven 2003
A200318	15-6-2004	Maatschappelijk verantwoord ondernemen in het midden- en kleinbedrijf
A200317	28-5-2004	Wordt de spoeling dun?
A200316	22-4-2004	Entrepreneurial Attitudes Versus Entrepreneurial Activities (GEM)
A200315	10-3-2004	Rechtsvormkeuze in het MKB
A200314	12-3-2004	Bedrijvendynamiek en werkgelegenheid - periode 1987-2002
A200313	18-2-2004	Het Eureka-gevoel van ICT-gebruik
A200312	12-2-2004	Ondernemen in het Ambacht 2004
A200311	10-2-2004	Ondernemen in de Industrie 2004
A200310	5-2-2004	Ondernemen in de Diensten 2004
A200309	22-1-2004	Onevenredig belast! Administratieve lasten in het kleinbedrijf 2002
A200308	20-1-2004	Ondernemen in de Detailhandel 2004
A200307	17-12-2003	Kansrijker door samenwerking
A200306	10-12-2003	Ondernemen in de Groothandel 2004
A200305	30-10-2003	De innovativiteit van de Nederlandse industrie, 1998-2000
A200304	14-10-2003	Grenzen aan verantwoordelijkheid
A200303	15-9-2003	Monitor Administratieve Lasten Bedrijven 2002
A200302	1-7-2003	Entrepreneurship in the Netherlands; Knowledge transfer: developing high-tech ventures
A200301	17-6-2003	Kleinschalig Ondernemen 2003
A200215	23-4-2003	Arbeidsomstandigheden en verzuim in het midden- en kleinbedrijf
A200214	26-3-2003	Ondernemen in de Diensten 2003
A200213	1-4-2003	Bedrijvendynamiek en werkgelegenheid - Editie 2002

A200212	21-3-2003	Ondernemen in de Detailhandel 2003
A200211	26-3-2003	Ondernemen in de Groothandel 2003
A200210	18-3-2003	Hoe slim zijn jonge ondernemingen?
A200209	14-3-2003	De kortste route naar een kennisrijk MKB
A200208	11-3-2003	Ondernemen in de Industrie 2003
A200207	6-3-2003	Ondernemen in het Ambacht 2003