

INPUT-EXPORT?

EEN EVALUATIE VAN OVERHEIDSSTEUN VOOR HET TER BESCHIKKING STELLEN VAN VLAAMSE UITRUSTINGSGOEDEREN TER BEVORDERING VAN DE EXPORT

April 2005

S. Vertommen

S. Marx

B. Cambré

S. Maenen

A. Depickere

Dept. Sociologie - K.U. Leuven



the Autonomous Management School of
Ghent University and Katholieke Universiteit Leuven



INHOUDSTAFEL

Inhoudstafel.....	1
Lijst van tabellen.....	3
Lijst van figuren.....	4
1. Evaluatiekader.....	5
1.1 Korte historiek en beschrijving van de exportsubsiemaatregel.....	5
1.2 Kort overzicht van subsidietoekenning tot 2001.....	7
1.3 Onderzoeksvragen.....	8
1.4 Onderzoekspopulatie.....	9
2. Methodologie.....	13
3. Analyse.....	15
3.1 Introductie op nieuwe markten.....	16
3.2 Producten en diensten.....	20
3.3 Concurrentiepositie van de ondernemingen.....	22
3.4 Multiplicatoreffecten.....	24
4. Algemene beoordeling van het subsidiesysteem door de bedrijven.....	29
5. De economische benchmark: wat levert het op?.....	30
5.1 Voorbereiding van de benchmark.....	30
5.2 Meting van de economische gezondheidstoestand.....	32
6. Besluit.....	42
Bijlage.....	45

LIJST VAN TABELLEN

Tabel 1	Budget en realisatiegraad van projecten	7
Tabel 2	Budget, realisatiegraad en verdeling naar continent van projecten	10
Tabel 3	Status van de dossiers	10
Tabel 4	Aantal goedgekeurde dossiers per bedrijf.....	11
Tabel 5	Verdeling van de onderzoekspopulatie naar aantal werknemers.....	12
Tabel 6	Stellingen die marktgerichtheid van ondernemingen in kaart brengen	16
Tabel 7	Manier waarop de ondernemingen in contact zijn gekomen met de klant ...	18
Tabel 8	Aandeel bedrijven met nieuwe producten/diensten	21
Tabel 9	Stellingen die bedrijfsbeleid en concurrentiepositie van ondernemingen in kaart brengen.....	23
Tabel 10	Opvolgingscontracten	25
Tabel 11	Verklaringen voor het niet realiseren van vervolgcontracten	26
Tabel 12	De invloed van de subsidiecontracten op het personeelsbestand (1).....	27
Tabel 13	De invloed van de subsidiecontracten op het personeelsbestand (2).....	28
Tabel 14	Jaarlijkse evolutie van de omzet voor de onderzoeks- en controlepopulaties	33
Tabel 15	Jaarlijkse evolutie van de personeelsaantallen voor de onderzoeks- en controlepopulaties	34
Tabel 16	Evolutie van de omzet met en zonder de subsidiebedragen voor de onderzoekspopulatie	40

LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1	Geografische spreiding van de omzet.....	17
Figuur 2	Aandeel van bepaalde types goederen/diensten in de totale omzet van de ondernemingen.....	20
Figuur 3	Mate waarin ondernemingen concurrentie hebben ondervonden van andere ondernemingen.....	22
Figuur 4	Manieren waarop ondernemingen zich trachten te onderscheiden van concurrenten.....	22
Figuur 5	Aandeel ondernemingen naar percentage van de omzet gegenereerd door (het)subsidiebedrag(en).....	38

1. EVALUATIEKADER

1.1 Korte historiek en beschrijving van de subsidiemaatregel

Sinds 1994 kent de Vlaamse overheid een subsidie toe aan Vlaamse kleine en middelgrote ondernemingen voor het leveren van uitrustingsgoederen aan specifiek omschreven landen (ontwikkelingslanden en minst ontwikkelde landen (MOL) volgens OESO-consensus).¹ Deze subsidie beoogt onder andere de concurrentiepositie van de Vlaamse exporteurs op deze markten te verstevigen.²

De maatregel is bedoeld voor kleine en middelgrote ondernemingen (KMO's) die gevestigd zijn in het Vlaamse gewest. Tot eind december 2004 voldeden volgende ondernemingen aan de voorwaarden van een KMO: (1), minder dan 250 werknemers tewerkstellen(2), een jaaromzet boeken van maximaal 40 miljoen euro of een balanstotaal van maximaal 27 miljoen euro (3). Minder dan 25% van het kapitaal of de stemrechten mogen in handen zijn van één onderneming of van verscheidene ondernemingen die geen kleine of middelgrote onderneming zijn. Voor specifieke gevallen zijn er enkele uitzonderingen op deze regels voorzien.³

Vanaf 1 januari 2005 wordt een nieuwe definitie opgelegd door de Europese Commissie. Deze wordt dan ook vanaf die datum gehanteerd. Op deze evaluatie heeft deze wijziging geen invloed.

¹ De OESO-lijst kan geraadpleegd worden op <http://www.vlaanderen.be/economie>.

² Uitrustingsgoederen zijn machines met hoge stukwaarde voor gebruik in een fabricageproces of in een productie of handel of andere kapitaalgoederen.

³ Een uitzondering vormen de gevallen waar de onderneming in handen is van openbare participatiemaatschappijen, van ondernemingen van risicokapitaal of van institutionele beleggers, op voorwaarde dat ze individueel noch gezamenlijk in enig opzicht zeggenschap over de onderneming hebben, alsook de gevallen waar het wegens de spreiding van het kapitaal onmogelijk is te weten in wiens handen het kapitaal is. In het laatste geval moet de onderneming verklaren dat ze redelijkerwijze mag aannemen niet voor 25% of meer in handen te zijn van één onderneming of van verscheidene ondernemingen gezamenlijk die niet aan deze definitie van kleine en middelgrote onderneming voldoen. Ook ondernemingen die deze criteria overschrijden kunnen subsidies krijgen, maar dan alleen voor uitrustingsgoederen die bestemd zijn voor projecten met een uitzonderlijk exportbevorderend karakter en van uitzonderlijk internationaal belang.

Een subsidie-aanvraag bevatte in de onderzochte dossiers de volgende documenten:

- een volledig ingevuld en ondertekend aanvraagformulier in viervoud;
- een gemotiveerde beschrijving van het project;
- de gedetailleerde kostprijsraming van de uitrustingsgoederen.

In mei 2004 wijzigde het aanvraagformulier en dienden extra documenten voorgelegd te worden. Hier geldt nogmaals dat dit voor deze concrete evaluatie niet van belang is gezien alle dossiers dateren van voor deze wijziging.

Bij de beoordeling worden de volgende criteria onderzocht:

- het project is niet haalbaar op commerciële voorwaarden mede gelet op de potentiële koopkracht van de buitenlandse koper
- het project heeft invloed op de tewerkstelling bij de aanvrager
- de onderneming staat in concurrentie met andere aanbieders
- het project verhoogt de marktkansen van de aanvrager in het land of de regio in kwestie

Een onderneming kan per land slechts één subsidie krijgen binnen een periode van drie jaar. Per jaar kan eenzelfde bedrijf slechts voor twee dossiers een subsidie ontvangen. De subsidies kunnen niet worden toegekend als uit een beslissing of uit een handeling van de overheid blijkt dat de betrekkingen met het land waarop de uitvoer gericht is, verbroken zijn, geschorst zijn of ernstig in het gedrang zijn gekomen. Ook uitvoer naar landen waar een gewapend conflict aan de gang is of dreigt en landen waartegen internationale sancties zijn afgekondigd, zijn uitgesloten van subsidiëring.

De subsidies belopen 35% van het contractbedrag, met een maximum van 260.288 euro. Het contractbedrag mag in dit geval niet hoger zijn dan 743.680 euro. Figureert het land waarnaar uitgevoerd wordt op de lijst van de minst ontwikkelde landen, dan stijgt het gesubsidieerde bedrag naar 50% van het contractbedrag dat maximum 495.787 euro mag bedragen. Het subsidiebedrag bedraagt in zo'n geval maximum 247.893 euro. Voor landbouwproducten, vliegtuigen, schepen, kernenergiecentrales en militaire goederen, worden geen subsidies verleend.

De steun wordt in twee schijven uitbetaald. Een eerste schijf van 75% wordt uitbetaald na voorlegging van bewijsstukken waaruit blijkt dat het gesubsidieerde goed daadwerkelijk geleverd is. De tweede schijf van 25% wordt uitbetaald nadat het bewijs van installatie of van werking bij de eindklant evenals het evaluatierapport, naar de administratie is gestuurd. Er volgt dan een controle ter plaatse bij de Vlaamse exporteur. Aan de hand van die controle wordt al dan niet de volledige steun uitbetaald.

1.2 Kort overzicht van subsidietoekenning tot 2001

De Vlaamse overheid heeft zelf in 1998 en 2001 reeds een overzicht gemaakt voor de periode november 1994 tot februari 2001 (Vlaamse Overheid, maart 2001). In wat volgt worden kort de belangrijkste bevindingen weergegeven. De exportregio's zijn niet vergelijkbaar vóór en na 1999 omdat de landenlijst waar steun mogelijk is, verschilt. Vanaf 1999 wordt alleen nog de OESO-lijst gebruikt. Indien de hele projectperiode in beschouwing wordt genomen, worden veruit de meeste dossiers ingediend voor projecten in Azië (40%), gevolgd door Centraal- en Oost Europa (24%), Afrika (22%) en Zuid-Amerika (14%). Wat de aard van de goederen betreft, is het vooral de metaalverwerkende sector die aan bod komt, wat niet verwonderlijk is aangezien de productie van uitrustingsgoederen zich hoofdzakelijk in deze sector situeert.

Tabel 1 Budget en realisatiegraad van projecten

Jaar	Budget in euro	% besteed budget	Aantal ingediende dossiers	Aantal gunstig besliste dossiers	Behaalde contracten	Onderhandeling	Zonder gevolg
1994	1.105.630	99.7	12	12	6		6
1995	1.130.420	99.3	10	8	3		5
1996	2.196.386	88.1	42	21	13	3	5
1997	2.236.050	93.2	26	20	10	3	7
1998	2.260.840	99.4	24	18	11	4	3
1999	2.280.670	55.2	7	6	2	3	1
2000	3.273.730	98.9	26	19	5	6	8
TOT			147	104	50	19	35

Bron: Vlaamse overheid, nota maart 2001.

Van de 147 ingediende dossiers werden tot 2000 104 dossiers gunstig beslist (70.1%). Daarvan hebben er 50 of 48.5% effectief een contract uit de brand kunnen slepen en werden voor 19 projecten nog onderhandelingen gevoerd; **35 projecten** (34%) bleven zonder gevolg. De 147 dossiers werden ingediend door 63 verschillende ondernemingen; 48 bedrijven kregen één of meerdere gunstige beslissingen en 35 bedrijven behaalden één of meerdere contracten.

Naast de contracten waarop de subsidies betrekking hadden, hebben verschillende bedrijven bovendien een multiplicatoreffect kunnen ondervinden als gevolg van het realiseren van een contract: een tweede of derde bestelling, een bestelling van onderdelen, een homologatie van bepaalde markten of bestelling bij een andere klant in hetzelfde land of buurland. De nota wordt afgesloten met een positieve conclusie betreffende de subsidie en de werking (Vlaamse overheid, nota 2001).

In vergelijking met de nota's van de Vlaamse overheid wordt in dit onderzoek dieper ingegaan op de impact van de exportsubsidie op de participerende ondernemingen. Naast het geven van een overzicht worden de verschillende dossiers uitgebreid bevraagd. In wat volgt bespreken we kort de onderzoeksopzet.

1.3 Onderzoeksvragen

Dit rapport beoogt dus een grondige impactanalyse van het subsidieprogramma. De onderzoeksperiode beperkt zich tot de subsidies toegekend tussen 2000 en 2003. Voor de evaluatie maken we gebruik van een vragenlijst waarin onderstaande onderzoeksvragen uitgebreid aan bod komen. Daarnaast maken we voor een aantal vragen en enkele prestatie-indicatoren een vergelijking tussen enerzijds de groep van ondernemingen die gebruik maakt van het subsidieprogramma en anderzijds een controlegroep van vergelijkbare Vlaamse ondernemingen.

In het rapport formuleren we een antwoord op de vraag of de exportsubsidie effect heeft op het strategisch of organisatorisch niveau van de organisatie. Hiervoor kijken we meer bepaald naar de geografische en sectorale spreiding van het klantenbestand, de algemene exportgerichtheid, de introductie op nieuwe versus bestaande markten, nieuwe investeringen en/of kennis, en de aard en omvang van de aangeboden producten en diensten. Verder gaan we na of er multiplicatoreffecten werkzaam zijn,

zowel naar opvolgingscontracten, tewerkstelling en verder prospecties in de betreffende regio's. We laten vervolgens de subsidietrekkende bedrijven zelf aan het woord om een evaluatie te maken. Tenslotte bestuderen we nog de invloed van de subsidies en hun (eventuele) opvolgcontracten op enkele economische kengetallen.

1.4 Onderzoekspopulatie

Gedurende de onderzoeksperiode (2000-2003) werden 109 dossiers ingediend door 48 verschillende ondernemingen. 88 hiervan kregen een gunstig advies (81%).

Tabel 2 Toegekend budget, realisatiegraad en verdeling naar continent van projecten

Jaar	Budget in euro	Aantal ingediende	Aantal goedgekeurde	Afrika	Azië	Zuid Amerika	Centraal/Oost Europa
2000	3.273.730	26	19	8 (42%)	8 (42%)	3 (16%)	0 (0%)
2001	4.067.155	25	20	11 (55%)	7 (35%)	1 (5%)	1 (5%)
2002	4.055.737	24	20	12 (60%)	7 (35%)	1 (5%)	0 (0%)
2003	5.486.071	34	29	15 (52%)	12 (41%)	2 (7%)	0 (0%)
totaal	16.876.20	109	88	46	34	7	1
Gemid	4.219.050	27	22	12 (52%)	9 (39%)	2 (8%)	0.25 (1%)

Bron: Vlaamse overheid, nota januari 2004.

Gemiddeld worden ongeveer 27 dossiers per jaar ingediend waarvan er 22 een positieve evaluatie krijgen. In 2003 ligt het aandeel ingediende (34) en goedgekeurde dossiers (29) hoger dan de vorige jaren. Ook het budget is in de onderzoeksperiode sterk gestegen van 3.267.237 euro in 2000 naar 5.500.000 euro in 2003.

Indien het aandeel goedgekeurde dossiers per exportregio in kaart gebracht wordt, zien we dat Afrika de koploper is met 52% van de dossiers. Daarna volgen Azië (39%), Zuid Amerika (8%) en Centraal en Oost Europa (1%). Het lage percentage dossiers voor deze laatste regio wordt verklaard door de nieuwe regeling inzake landen waarvoor steun mogelijk is sinds 2000 (Oost Europa is op een aantal uitzonderingen na niet meer aanwezig op de OESO-landenlijst) en door de toetreding van een groot deel van deze landen tot de Europese Unie.

Tabel 3 Status van de dossiers

Jaar	Totaal aantal goedgekeurde dossiers	Afgeronde dossiers	1 ^e schijf uitbetaald	Nog open	(nog) niet doorgegaan
2000	19	7	3	-	9
2001	20	7	4	-	9
2002	20	5	6	1	8
2003	29	3	9	3	14
TOT	88	22	22	4	40

Bron: Vlaamse overheid, nota januari 2004

Van de 88 goedgekeurde dossiers zijn er 22 (25%) afgerond; dit wil zeggen dat de twee schijven van het subsidiebedrag uitbetaald zijn aan de onderneming. Voor 22 andere dossiers is de eerste schijf van het subsidiebedrag reeds uitbetaald en voor 4 dossiers heeft het bedrijf in kwestie nog geen geld ontvangen. We beschikken met andere woorden over 48 dossiers. Uit bovenstaande tabel wordt duidelijk dat een significant aandeel goedgekeurde dossiers (bijna 50%) niet uitgevoerd wordt; zo heeft de overheid van de 19 dossiers die in 2000 ingediend en goedgekeurd zijn, van 9 geen

informatie meer ontvangen. De vraag waarom deze contracten niet gerealiseerd zijn, dringt zich op. Mogelijke verklaringen zijn de te hoge prijs van de goederen en de grote internationale concurrentie op deze specifieke markten. Het kan interessant zijn om dit in verder onderzoek na te gaan.

Tabel 4 Aantal dossiers per bedrijf

Aantal dossiers	Aantal ondernemingen
1	14
2	7
3	2
4	2
6	1

Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie eigen berekeningen (2004, N(ondernemingen)=26, N(dossiers)=42)

Een tendens die zich manifesteert, is het feit dat in een groot aantal gevallen dezelfde bedrijven een subsidie aanvragen. 76% van de dossiers wordt ingediend door bedrijven die minstens twee dossiers indienen; 58% door bedrijven die minstens drie dossiers indienen. De 48 dossiers die tot onze beschikking staan, zijn afkomstig van 26 verschillende bedrijven. In bovenstaande tabel wordt het aantal dossiers per bedrijf weergegeven; ongeveer de helft van de ondernemingen blijkt minstens twee contracten te hebben kunnen realiseren, de overige 54% realiseerde 1 project.

Hoewel de subsidieregeling bedoeld is voor kleine of middelgrote ondernemingen en in het besluit van 1994 een voorrangbehandeling voor kleine ondernemingen opgenomen is, maakten in het verleden vooral de middelgrote ondernemingen er gebruik van.⁴ Tegenwoordig blijken ook kleine ondernemingen regelmatig een aanvraag in te dienen. Waar in 2000 vier (21%) van de goedgekeurde dossiers (N=19) ingediend werd door een kleine onderneming bedraagt dit aandeel in 2003 34% (of 10 dossiers, N=29).

⁴ De voorrangsregel werd afgeschaft vanwege het geringe aantal kleine ondernemingen dat in het verleden een dossier indiende.

Tabel 5 Verdeling van de onderzoekspopulatie naar aantal werknemers

Aantal werknemers	Aantal ondernemingen
0-49	10
50-99	9
100-149	1
+ 150	4
Geen info	2

Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie eigen berekeningen (2004, N=26)

In bovenstaande tabel wordt een overzicht gegeven van het aantal mensen werkzaam in de ondernemingen. 80% van de ondernemingen heeft minder dan 100 werknemers. Gemiddeld werken in de bedrijven van de onderzoekspopulatie ongeveer 75 werknemers. De grootte van het bedrijf correleert blijkt niet te correleren met de grootte van het subsidiecontract.

Wat de aard van de goederen betreft, stellen we vast dat de aanvragen meestal betrekking hebben op machines en voertuigen (metaalverwerkende industrie). Voorbeelden van geleverde uitrustingsgoederen zijn productielijnen, zware voertuigen (vliegtuigbetankers, brandweerwagens, vrachtwagens), drink- en voedersystemen (waterpompen, broedinstallaties) en energieproductie (ketels, generatoren, transformatoren).

2. METHODOLOGIE

Gezien de kleine populatie (N=26) zijn de bedrijven telefonisch bevestigd. De ondernemingen met meer dan 3 dossiers werden face-to-face bevestigd; aangezien we de bedrijven per dossier bevestigen zou een telefonische enquête immers te lang duren. Een aantal vragen werden per mail doorgestuurd omdat er opzoekwerk mee gepaard ging.

Van de aangeschreven bedrijven nam effectief 80% (of 21 bedrijven) deel aan de bevestiging. Op niveau van de dossiers impliceert de non-respons dat er voor 6 dossiers geen diepgaande informatie voor handen is. De respons op dossierniveau bedraagt 89% (of 42 dossiers). Twee bedrijven weigerden van bij de start hun medewerking; zij bleken absoluut ontevreden te zijn over de subsidiemaatregel en wilden er niets meer mee te maken hebben. Drie bedrijven werden tot vier maal toe gecontacteerd (telefonisch en per mail) maar lieten het na de vragenlijst in te vullen en terug te sturen en één onderneming is ondertussen failliet. Een relatief groot aandeel van de ondernemingen vulde de vragen rond de prestatie-indicatoren niet of gebrekkig in.

In de vragenlijst ligt de focus op de evolutie van enkele prestatie-indicatoren van de onderneming en wordt gepeild naar de invloed van elk subsidiecontract op tewerkstelling, toegang tot nieuwe geografische afzetmarkten, opname van nieuwe en/of verbeterde producten en diensten en op investeringen in en export naar de betreffende regio's.⁵

Voor het maken van de vergelijking tussen de bereikte doelgroep en de controlepopulatie wordt gebruik gemaakt van twee databanken, met name *Belfirst* en *PASO 2003*. *PASO* (Panel Survey of Organizations in Flanders) is in het leven geroepen op initiatief van de Vlaamse administraties Werkgelegenheid en Economie en was ingebed in het VIONA-onderzoeksprogramma. Het bestaat uit een consortium van onderzoekers verbonden aan de universiteiten van Leuven (Vakgroep 'Personeel & Organisatie (ETEW) en 'Sociologie van Arbeid en Organisatie'), Antwerpen, het Hoger Instituut voor de Arbeid en Idea Consult. Paso meet jaarlijks de polsslag bij eenzelfde groep van Vlaamse organisaties aan de hand van een vragenlijst die peilt

⁵ Vragenlijst: zie bijlage

naar het strategisch management van personeel, organisatie, technologie en innovatie.⁶ De organisaties in de PASO-controlepopulatie (N=63) zijn (net zoals de onderzoekspopulatie) metaalverwerkende bedrijven die tussen de 10 en 200 werknemers tewerkstellen.

Belfirst (Financial Reports and Statistics on Belgian and Luxembourg Companies) bevat de jaarrekeningen van alle Belgische ondernemingen die neergelegd zijn bij een zetel van de Nationale Bank van België en die verwerkt zijn door de Balanscentrale. De informatie betreft identiteitsgegevens van de bedrijven, geherstructureerde rekeningen, sociale balansen en economische ratio's. Meer uitleg over de Belfirst-databank en de aangemaakte controlegroepen is te vinden in het deel rond 'benchmarking'.

⁶ Voor meer informatie betreffende het PASO-project, zie <http://www.paso.be>

3. ANALYSE

In dit deel worden de resultaten van de vragenlijst besproken en waar mogelijk vergeleken met de PASO-controlegroep. In de eerste plaats wordt nagegaan hoe de introductie op de nieuwe markten is verlopen: (1) hoe zijn de ondernemingen in de regio's bij de betreffende klanten terecht gekomen, (2) waren ze vóór het subsidiecontract reeds actief in de regio, (3) wanneer is de subsidie in de onderhandelingen ter sprake gekomen en (4) is er dankzij het contract nieuwe kennis opgedaan over de regio die nog van pas kan komen en (5) heeft het contract geleid tot investeringen in prospectie en verkoop in de regio. Vervolgens wordt de invloed van de gesubsidieerde contracten op de productie van nieuwe en/of verbeterde goederen en diensten in kaart gebracht. In een derde paragraaf wordt de concurrentiepositie van de ondernemingen onder de loep genomen; hoe percipiëren de firma's zichzelf op de markt en hoe trachten ze zich te onderscheiden van hun belangrijkste concurrenten. Tenslotte wordt aandacht besteed aan de multiplicatoreffecten. Wat is de meerwaarde van een subsidiecontract voor het bedrijf (prospecties, opvolgingscontracten, personeelsbestand)?

3.1 Introductie op nieuwe markten

Alvorens te beschrijven hoe de introductie op de nieuwe markten in zijn werk is gegaan, is het interessant de marktgerichtheid en geografische spreiding van de omzet te bekijken. Verwacht wordt dat de bedrijven die gebruik maken van de subsidie meer actief op zoek gaan naar nieuwe markten en een meer internationale marktgerichtheid hebben.

Tabel 6 Stellingen die marktgerichtheid van ondernemingen in kaart brengen

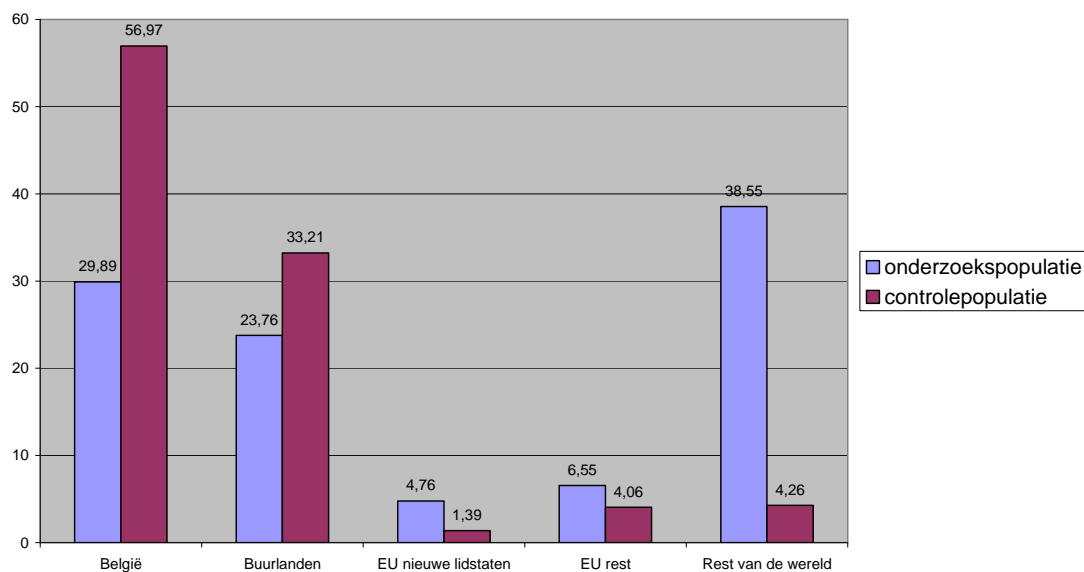
Stelling	Onderzoeks- populatie	Controle- populatie
1. In deze vestiging investeren we veel tijd en energie in eigen marktonderzoek	3.29	2.71
2. We zoeken constant nieuwe markten voor onze huidige activiteiten	4.43	3.60

Bron: PASO 2003, K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=21)

*cijfers zijn gemiddelden: 1= helemaal oneens, 2= oneens, 3= noch eens noch oneens, 4= eens, 5= helemaal eens

Uit bovenstaande tabel blijkt inderdaad dat de onderzoekspopulatie gemiddeld meer tijd investeert in het zoeken naar nieuwe markten dan de controlegroep. 19 bedrijven (90%) zijn het eens tot helemaal eens met de stelling dat constant nieuwe markten worden gezocht voor hun activiteiten. De markt voor uitrustingsgoederen is dan ook een nichemarkt wat impliceert dat (1) het om een zeer specifiek duurzaam product gaat en (2) de vraag relatief klein is. De kans dat een klant een jaar na levering opnieuw een grote bestelling doet, is dus relatief klein. Het is bijgevolg niet verwonderlijk dat ondernemingen die uitrustingsgoederen produceren meer bezig zijn met de zoektocht naar nieuwe markten. Deze bevinding komt ook terug wanneer we kijken naar de geografische spreiding van de omzet. Logischerwijs zou de onderzoekspopulatie een ruimer afzetgebied moeten hebben; in figuur 1 komt dit duidelijk naar voor.

Figuur 1 Geografische spreiding van de omzet
(onderzoekspopulatie: N=18, boekjaar 2004)



Bron: PASO 2003 (N=63) en K. U. Leuven, Departement Sociologie, eigen bewerkingen

We zien dat gemiddeld 57% van de omzet van de controlepopulatie zich in België situeert, gevolgd door de buurlanden met 33% van de omzet. De gemiddelde omzet voor de rest van de wereld is marginaal en bedraagt gemiddeld slechts 4%. De onderzoekspopulatie heeft duidelijk een ruimere afzetmarkt; het percentage omzet in België en voor de buurlanden bedraagt hier respectievelijk 30% en 24%. Voor de categorie 'rest van de wereld' loopt de omzet op tot 39%. Wanneer we deze laatste categorie opsplitsen naar regio, zien we dat naar Azië (15.42%) en Afrika (13.35%) gemiddeld het meest geëxporteerd wordt, gevolgd door de VSA (3.76%), Zuid Amerika (1.58%) en Rusland (0.88%). De firma's *Tanghe* (65% van de totale omzet), *Soenen* (50%), *Construma* (40%) en *Pattyn* (30%) zijn binnen de populatie de grootste exporteurs naar Azië. Voor Afrika zijn dit *Somati*, *Duba*, *Petersime* en *Braem* met respectievelijk 38%, 35%, 27% en 25% van de totale omzet. In vergelijking bevindt de afzetmarkt van de onderzoekspopulatie zich dus in veel grotere mate buiten Europa dan de exportmarkt van de controlepopulatie.

Voor zes bedrijven is de omzet door export quasi gelijk aan de totale omzet (> 95%), deze bedrijven zijn bijna volledig gericht op export. Bij vijf andere ligt dit percentage rond de 75% en voor de overige 4 bedrijven is ongeveer een derde van de omzet exportgerelateerd. Uitvoeren naar klanten in regio's zoals Azië en Afrika is echter niet

steeds voor de hand liggend. Als we denken aan cultuur- en taalverschillen en beperkte kennis van de markten is het interessant te weten hoe de bedrijven in contact zijn gekomen met de buitenlandse afnemer.

Tabel 7 Manier waarop de ondernemingen in contact zijn gekomen met de klant

	Aandeel dossiers
Zelf buitenlandse markt verkend	24%
Een andere klant	17%
Zelfstandig plaatselijk agent	17%
Buitenlands partnerbedrijf dat reeds actief is in de regio	14%
Internationale offerte/beurs	12%
Vraag van de klant zelf	12%
Belgisch partnerbedrijf dat reeds actief is in de regio	2%
Agent van de onderneming in de regio	2%

Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=42)

In bovenstaande tabel zien we dat één op vier contracten tot stand is gekomen dankzij een prospectie van het bedrijf zelf in de betreffende regio. Bij één dossier (2%) heeft de onderneming een eigen agent in de regio die de prospecties doet. Voor bijna één op vijf projecten worden contacten gelegd via een plaatselijk zelfstandig agent of tussenpersoon. Een voorbeeld:

De firma **Roxell**, producent van voer- en drinkwatersystemen voor (pluim)vee, deed voor een project in Servië beroep op een lokale distributeur. Deze man selecteerde voor het bedrijf de klanten en de locaties en stond eveneens in voor de installatie van de goederen. In totaal profiteerden 10 boerderijen van de subsidiemaatregel. De firma heeft na de uitvoering van het project contact met hem gehouden. Hij doet de prospectie in de regio en werkt op commissie voor Roxell.

Bij zeven dossiers (14%) brengt een andere klant in de regio de onderneming in contact met de nieuwe klant:

Atcomex, fabrikant van vliegtuigbetankers, heeft met BP-International een exclusiviteits-contract afgesloten voor vier jaar. Op enkele uitzonderingen na is Atcomex de leverancier van vliegtuigbetankers voor Europa en het Midden Oosten. Eventuele prijsverhogingen worden elk jaar opnieuw afgesproken. BP heeft Atcomex voor de vier subsidieprojecten (Angola, Malawi, Tanzania en Namibië) in contact gebracht met de betreffende klanten.

In 12% van de gevallen is het de klant zelf die contact opneemt met het bedrijf. Vijf dossiers (10%) zijn het gevolg van een bezoek aan een internationale beurs en één contract op zes is te danken aan een Belgisch of buitenlands partnerbedrijf/verkoopkantoor dat reeds actief is in de regio:

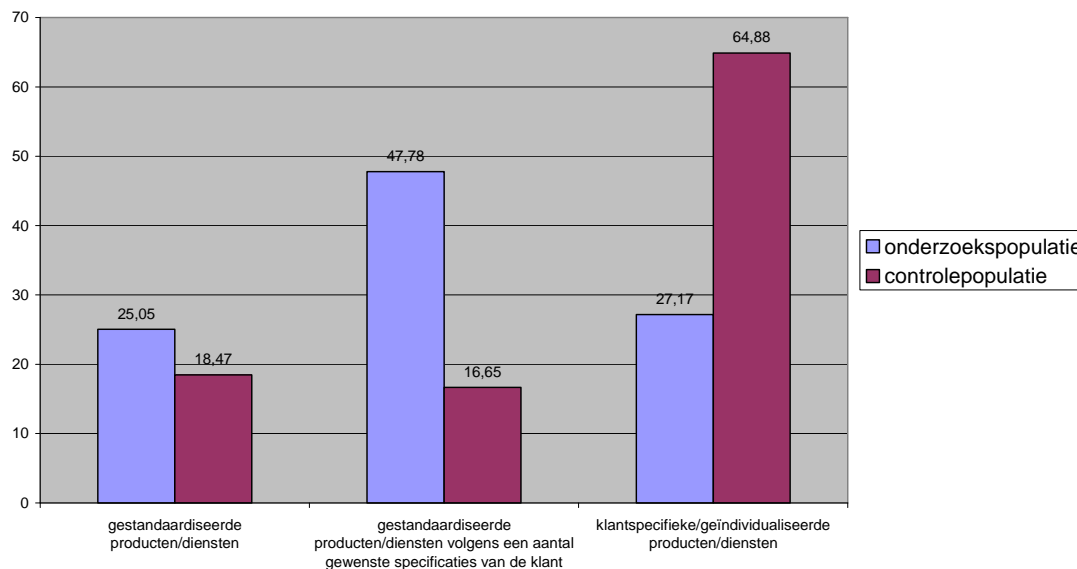
Boucherie heeft een verkoopkantoor in de VSA dat voor het bedrijf prospectie doet in Midden en Zuid Amerika. Via dit kantoor zijn er contacten gelegd voor de projecten in Panama en Venezuela. Ze hebben eveneens een kantoor in India dat fungeerde als contactpersoon voor de projecten in Sri Lanka en Bangladesh.

In 45% van de dossiers was de onderneming vóór het subsidiecontract reeds op een bepaalde manier actief in de regio. Deze activiteit was echter in het merendeel van de gevallen beperkt tot prospecties en kleine projecten of was al gedateerd. De meeste bedrijven melden dankzij het contract voet aan grond te hebben gekregen in de regio's. Daarom komt de subsidie steevast bij het begin van de onderhandelingen ter sprake, meer nog, de subsidie is een noodzakelijke voorwaarde voor het sluiten van een deal. Kortom, zonder de exportsubsidie, geen toegang tot de afzetmarkt in kwestie, geen contract.

Het feit dat de meeste bedrijven nog niet echt tot de betrokken markten waren doorgedrongen, impliceert dat de kennis over deze regio's meestal relatief beperkt is. Zeventien bedrijven (81%) rapporteren dan ook dankzij één of meerdere subsidiecontracten nieuwe kennis te hebben opgedaan betreffende de regio('s); kennis die hen in de toekomst nog van pas kan komen. 80% van de bedrijven heeft dankzij het subsidiecontract nieuwe potentiële klanten leren kennen en bijgevolg zijn netwerk kunnen uitbreiden. Vier bedrijven vermelden de gebrekkige infrastructurele situatie van de regio's in kwestie. In het geval van de firma *Atcomex*, fabrikant van vliegtuigbetankers, was het bijvoorbeeld interessant om weten dat zowel in Angola als Tanzania het wegennet en de tankmogelijkheden zeer beperkt zijn. De firma vervaardigt immers ook verplaatsbare tankcontainers die in deze landen zeer goed van pas kunnen komen. Ook de cultuur, de gebruiken en de manier van onderhandelen worden vermeld als bruikbare informatie voor toekomstige activiteiten in de regio. Zeven ondernemingen rekruteren na het contract omwille van culturele en linguïstieke hindernissen die zich tijdens het project voordeden een agent ter plaatste of starten een kantoor op, en investeren op deze manier in de regio.

3.2 Producten en diensten

Figuur 2 Aandeel van bepaalde types producten/diensten in de totale omzet van de ondernemingen (onderzoekspopulatie: N=18, boekjaar 2004)



Bron: PASO 2003 (N=63) en K.U. Leuven, Departement Sociologie, eigen bewerkingen

Wanneer de verdeling van de omzet van de onderzoekspopulatie vergeleken wordt met die van de PASO-controlepopulatie (figuur 3) zien we enkele opvallende verschillen. Zo is het aandeel gestandaardiseerde producten/ diensten volgens een aantal specificaties van de klant gemiddeld veel hoger bij de onderzoekspopulatie (48% tegenover 17% bij de controlepopulatie). Het aandeel klantspecifieke producten/diensten gemiddeld is dan weer veel hoger in de PASO-controlegroep (27% tegenover 65% bij de controle-populatie). Dit is niet verwonderlijk gezien de aard van de exportgoederen; de machines kunnen binnen een bepaalde marge bijgesteld worden maar het productieproces van uitrustingsgoederen is niet in die mate flexibel dat alles kan aangepast worden aan de noden van de klant. Meer dan de helft van de ondernemingen rapporteert wel dat de uitrustingsgoederen die geëxporteerd worden in het kader van de subsidiemaatregel in een groot aantal gevallen gesimplificeerd worden: meer mechanische in plaats van elektronische toepassingen, een andere aandrijving, minder verregaande automatisering, enz. De aanpassing of simplificatie is echter niet van die aard dat van unieke producten op maat van de klant gesproken kan worden. Een voorbeeld:

De firma *Braem* transformeerde bestaande vrachtwagens naar voertuigen die bestemd waren voor openbare werken in Mauritanië. Deze voertuigen waren aangepast aan de “slechte wegen” en hadden een minimum aan gesofisticeerde technieken.

Tabel 8 Aandeel bedrijven met nieuwe producten/diensten

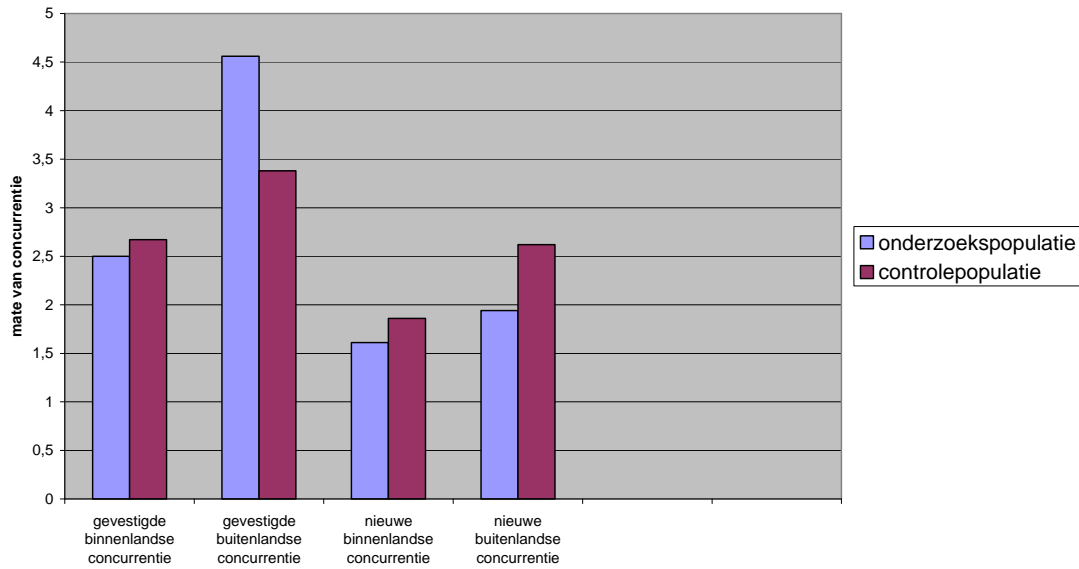
Aandeel	2000	2001	2002	2003	2004
A. Bedrijven met nieuwe en/of verbeterde producten/diensten	35%	50%	85%	90%	80%
B. Bedrijven waar export-subsidie de opname van nieuwe producten/diensten bevordert	15%	20%	40%	45%	45%

Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=21)

Uit het voorgaande blijkt dus dat producten als gevolg van de export naar minder/minst ontwikkelde landen gesimplificeerd worden. Het is dan ook interessant na te gaan of de subsidie productinnovatie in de hand werkt. In de PASO-controlepopulatie neemt 68% van de bedrijven voor de periode 2001-2003 nieuwe en/of verbeterde producten/diensten in zijn gamma op. In bovenstaande tabel zien we dat het aandeel bedrijven dat innoveert in de onderzoekspopulatie oploopt tot 90% in 2003. Dit aandeel is meer dan dubbel zo groot als in 2000 (35%) en ligt ver boven het aandeel innoverende bedrijven in het PASO-bestand. In welke mate bevordert de exportsubsidie dan de opname van nieuwe en/of verbeterde producten/diensten in de ondernemingen? Ook dit aandeel verdriedubbelt in de onderzoeksperiode van 15% in 2000 tot 45% in 2004. Deze percentages dienen met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden; een aantal bedrijven had tot 2003 immers nog geen subsidie ontvangen waardoor ze deze vraag niet affirmatief konden beantwoorden. Bovendien ligt er vaak heel wat tijd tussen het indienen van een dossier en het ontvangen van de laatste schijf van het subsidiebedrag. De uitvoering van de projecten loopt daarenboven in de meeste gevallen over meerdere jaren. Mogelijke positieve effecten (zoals productinnovatie) kunnen dus even op zich laten wachten. Alles wijst erop dat de subsidiemaatregel voor de participerende ondernemingen resulteert in grotere productinnovatie.

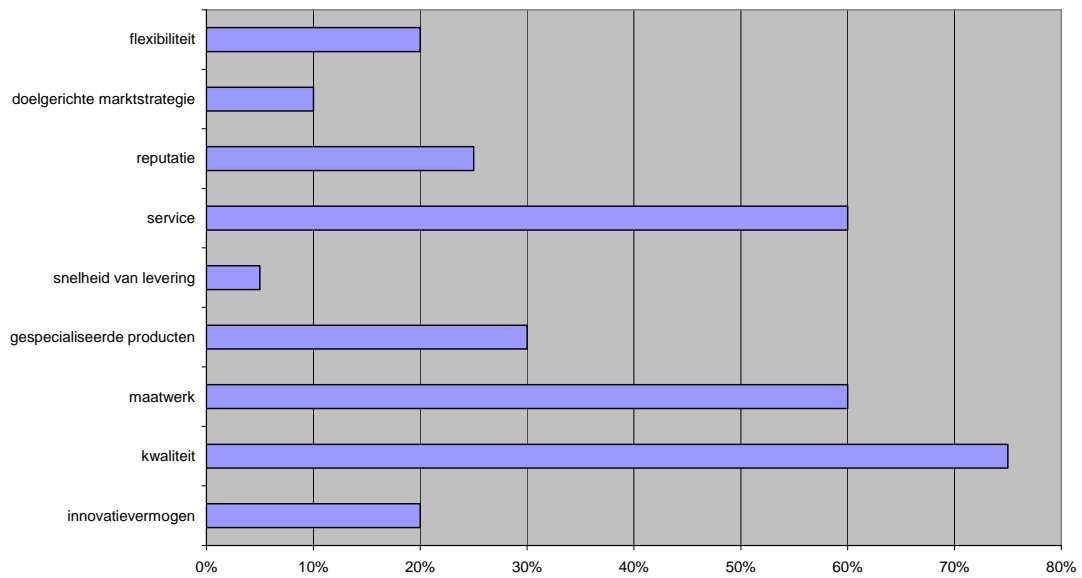
3.3 Concurrentiepositie van de ondernemingen

Figuur 3 Mate waarin de ondernemingen concurrentie hebben ondervonden van andere organisaties (N= 18)



Bron: PASO 2003, K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=21)
 *cijfers zijn gemiddelden: 1= zeer zwakke concurrentie, 5= zeer sterke concurrentie

Figuur 4 Manieren waarop ondernemingen zich trachten te onderscheiden van concurrenten (N=21)



Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004)

**MEERDERE ANTWOORDEN WAREN MOGELIJK*

In figuur 3 zien we dat de grootste concurrentie voor de ondernemingen uit buitenlandse hoek komt, meer bepaald van de gevestigde buitenlandse ondernemingen. Op één uitzondering na (95%) percipiëren onze ondernemingen deze organisaties als zeer sterke concurrentie (score 5). Dit is niet verwonderlijk aangezien zij internationale spelers zijn die in verhouding meer exporteren (zie infra). De onderzoekspopulatie ondervindt dan ook gemiddeld meer concurrentie van deze organisaties dan de controlepopulatie. Nieuwe ondernemingen en gevestigde binnenlandse bedrijven worden veel minder als zware concurrentie gepercipiëerd. De bedrijven zijn meestal te gespecialiseerd om sterke nationale concurrenten te hebben; slechts één bedrijf ondervindt sterke binnenlandse concurrentie.

Gezien de sterke internationale concurrentie op de wereldmarkt is het belangrijk je als bedrijf te kunnen onderscheiden. Hoe doen de Vlaamse bedrijven in onze doelgroep dit? De ondernemingen blijken vooral kwaliteit (75%), service (60%) en maatwerk (60%) hoog in het vaandel te dragen (zie figuur 4).⁷ De prijs wordt door geen enkel bedrijf vernoemd. Een zestal bedrijven rapporteren wel dat hun producten gemiddeld duurder zijn dan deze van hun directe concurrenten maar dat dit prijsverschil gecompenseerd wordt door een betere kwaliteit en door hogere prijs van de gebruikte materialen; voor een duurzame oplossing is de klant dus beter af bij hen.

Tabel 9 Stellingen die bedrijfsbeleid en concurrentiepositie van ondernemingen in kaart brengen

Stelling	Onderzoeks- populatie	Controle- populatie
1. Onze kosten zijn een heel stuk hoger dan die van onze belangrijkste concurrenten	3.76	2.84
2. Het is voor onze concurrenten moeilijk om onze producten/diensten na te bootsen	2.95	2.88
3. Onze vestiging maakt gebruik van nieuwe of geavanceerde technologie of processen	3.90	3.35
4. Onze producten/diensten zijn uniek in vergelijking met die van onze belangrijkste concurrenten	3.29	2.96

Bron: PASO 2003, K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=21)
*cijfers zijn gemiddelden: 1= helemaal oneens, 2= oneens, 3= noch eens noch oneens, 4= eens, 5= helemaal eens

⁷ Maatwerk moet geïnterpreteerd worden als gestandaardiseerde producten die aangepast worden aan een aantal specificaties van de klanten.

Ook naar bedrijfsbeleid zijn er enkele opmerkelijke verschillen met de PASO-controlegroep. De onderzoekspopulatie is het meer dan de controlegroep eens met de stelling dat de productiekosten een stuk hoger liggen dan die van hun concurrenten. 62% van de bedrijven is het eens tot helemaal eens met deze stelling en één op vier bedrijven gaat hier niet mee akkoord. Het hoger zijn van de productiekosten impliceert dat de prijs van de goederen stijgt en dat voor export naar minder bevoordeelde landen een subsidie dus meer dan welkom is. De hoge kostprijs is eveneens te wijten aan het gebruik van geavanceerde technologieën en processen. 71% van de bedrijven bevestigt er gebruik van te maken (score 4 en 5), bij de controlegroep ligt dit aandeel lager. Tenslotte percipieert de onderzoekspopulatie eigen producten/diensten als unieker en moeilijker na te bootsen dan de controlegroep. De duurzaamheid van de goederen in combinatie met het geavanceerde karakter van de gebruikte technologie kan dankzij de subsidieprojecten in ongekende afzetmarkten gepromoot worden en zou met andere woorden volgens de bedrijven een goede referentie kunnen zijn in deze regio's. In een volgend deel wordt nagegaan of dit effectief zo is.

3.4 Multiplicatoreffecten

In de meeste landen die in aanmerking komen voor de subsidiemaatregel is een grote nood aan nieuwe infrastructuur en technologische vernieuwing; de aanwezige uitrustingsgoederen zijn dermate verouderd en dus aan vervanging toe. De ondernemingen hopen door middel van het subsidiecontract voet aan grond te krijgen in de betreffende regio's en hun exportmarkt uit te breiden. Een eerste levering van goederen kan een goede referentie zijn en hen enige naambekendheid in de regio opleveren; op die manier kunnen de ondernemingen een imago opbouwen en andere potentiële klanten aantrekken. In 45% van de gevallen (op dossierniveau) rapporteert het bedrijf reeds vóór het contract op één of andere manier 'actief' te zijn geweest in de regio's in kwestie. Deze activiteiten/prospecties resulteerden echter nooit echt in grote contracten. In de meeste gevallen is het subsidiecontract dus het eerste 'echte' contract dat afgesloten wordt in het desbetreffende land. Zonder subsidie, geen contract, geen nieuwe afzetmarkt. Vlaamse producten blijken doorgaans duurder (zie supra) dan die van de concurrentie terwijl ook zij kunnen rekenen op gelijkaardige

subsidies. Door middel van het contract hopen de bedrijven dus de monopoliepositie van de concurrenten te doorbreken en hun aanwezigheid op de betreffende (niche)markt te bevestigen. De bedrijven verwachten via het contract hun knowhow en tewerkstellingsbestand verder te kunnen uitbreiden en dankzij een betere inschatting van de markt hun productie te kunnen vernieuwen en/of verbeteren.

In wat volgt worden lopende prospecties, opvolgingscontracten en mogelijke hindernissen besproken en wordt de invloed van de subsidiemaatregel op het personeelsbestand van de bedrijven in kaart gebracht.

Tabel 10 Opvolgingscontracten

	Aandeel dossiers	Minimum contract-bedrag	Maximum contract-bedrag	Mean
1. Opvolgingscontracten voor dezelfde goederen bij dezelfde klanten (N=17)	40%	65.092 euro	3.000.000 euro	720.095 euro
2. Opvolgingscontracten voor andere goederen bij dezelfde klanten * (N=5)	12%	50.000 euro	70.000 euro	60.000 euro
3. Opvolgingscontracten voor dezelfde goederen bij andere klanten * (N=10)	24%	200.000 euro	900.000 euro	383.333 euro

Bron: K.U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=42)

* we beschikken niet over alle contractbedragen

71% van de projecten (N=42) resulteert in lopende prospecties in de betrokken regio's; meer bepaald contacten met andere klanten, opvolging van het subsidiecontract, voorstellen van nieuwe producten, enz.

In tabel 10 zien we dat 40% van de dossiers resulteert in een bijbestelling van de klant waar het subsidiecontract mee gesloten is voor hetzelfde product (categorie 1). Op niveau van de ondernemingen wil dit zeggen dat 11 van de 21 organisaties (dus 52%) één of meerdere opvolgcontracten van deze aard realiseren. Let wel, voor een aantal ondernemingen kan er nog geen sprake zijn van opvolgingscontracten aangezien het project nog niet afgehandeld is. De opvolgingscontractbedragen zijn, in vergelijking met het contractbedrag in het kader van de subsidiemaatregel, in de meeste gevallen zeer hoog:

Bij *Somati*, een firma die brandweerwagens produceert, bestelde de klant 12 stuks bij, goed voor een som van 3 miljoen euro. Het eerste contract bedroeg slechts 489.200 euro.

Het multiplicatoreffect is voor bepaalde firma's dus zeer groot. Opvolgingscontracten voor andere goederen bij dezelfde klanten (categorie 2) zijn minder talrijk (12% van

de dossiers of N=5). Een verklaring hiervoor is dat veel firma's maar één product of een aantal variaties op eenzelfde product exporteren.

24% van de dossiers (of 10 dossiers) resulteert in een bestelling van een andere klant uit dezelfde regio (categorie 3). Op niveau van de bedrijven wil dit zeggen dat het subsidiecontract voor zeven firma's één of meerdere keren heeft geresulteerd in een bijkomende klant voor hetzelfde product. De laatste categorie opvolgcontracten toont aan dat bepaalde prospecties tijdens/na het project vruchten afwerpen.

Een aantal contracten heeft niet geleid tot verdere handelscontracten in de regio. In onderstaande tabel worden de mogelijke redenen weergegeven.

Tabel 11 Verklaringen voor het niet realiseren van vervolgcontracten

Reden	Aandeel dossiers
1. De prijs zonder subsidie is te hoog	38%
2. Ongunstig sociopolitiek klimaat	24%
3. Specifiek goed, kleine vraag	24%
4. De lage wisselkoers van de Amerikaanse dollar	12%
5. Slechte contacten ter plaatse	5%
6. Klant wil zich positioneren op de markt	2%

Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=42)

* meerdere antwoorden mogelijk

De belangrijkste reden is de hoge prijs van de uitrustingsgoederen. De financiële middelen van de landen in kwestie zijn vaak te beperkt om dergelijke aankopen zonder subsidie-injectie te kunnen doen. Deze ontoereikende financiële situatie gaat bovendien vaak gepaard met een ongunstig sociopolitiek klimaat. Een aantal bedrijven rapporteren dat het omwille van een oorlogssituatie of permanente oorlogsdreiging (bvb. Darfoer, Pakistan, enz.) niet mogelijk is verdere prospecties tot een goed einde te brengen. Een andere reden die nauw samenhangt met het feit dat de prijs zonder subsidie te hoog blijkt te zijn, is de lage wisselkoers van de Amerikaanse dollar. De producten van de Amerikaanse leveranciers/ concurrenten zijn hierdoor goedkoper en worden dus verkozen boven de Vlaamse producten.⁸ 24% van de ondernemingen brengt het specifiek karakter van hun producten en de daaruit volgende kleine vraag als reden aan. Daarenboven impliceert de hoge kwaliteit en

⁸ In bepaalde gevallen hebben de Amerikaanse producenten ook een logistiek voordeel; vb. transport naar Zuid Amerika verloopt sneller en is goedkoper vanuit Noord-Amerika dan vanuit Europa.

duurzaamheid van de goederen dat deze slechts op (zeer) lange termijn vervangen zullen moeten worden. Twee voorbeelden:

Atcomex, producent van vliegtuigbetankers, rapporteert bijvoorbeeld dat het onmogelijk is het klantenbestand in Namibië uit te breiden en vervolgcontracten te realiseren omwille van het simpele feit dat het land slechts over één luchthaven beschikt.

Boucherie, leverancier van tandenborstelsproductielijnen, meldt dat de behoefte aan deze machines niet groot is, het aantal fabrikanten van tandenborstels is immers zeer beperkt.

Twee bedrijven wijten het niet tot stand kunnen brengen van verdere contracten aan de ontoegankelijkheid van de lokale markten en de slechte contacten met lokale agenten.

Boucherie startte een kantoor in China maar heeft dit na een aantal maanden moeten opdoeken; ze waren blijkbaar in zee gegaan met de verkeerde mensen.

Eén enkel bedrijf rapporteert dat de klant zelf niet wil dat het product verder wordt verspreid in de regio. Hij wil op die manier concurrentie vermijden en zich verder positioneren op de markt.

Een volgend aspect is de invloed die het subsidiecontract heeft op het personeelsbestand van de ondernemingen.

Tabel 12 De invloed van de subsidiecontracten op het personeelsbestand (1)

	Aandeel dossiers	Aandeel bedrijven
1. Dankzij de subsidie heeft het personeelsbestand zich kunnen uitbreiden	36%	54%
2. De personeelsuitbreiding had waarschijnlijk ook plaatsgevonden zonder de subsidie	2%	5%
3. Er hebben geen personeelsuitbreidingen plaats gevonden	62%	41%

Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N dossiers=42, N bedrijven= 22)

36% van de contracten resulteert in een uitbreiding van het personeelsbestand (54% van de ondernemingen werft als gevolg van het subsidiecontract één of meerdere mensen aan, zie tabel 9). In de meeste gevallen gaat het om één tot drie extra werknemers die ook na het contract in dienst blijven. Eén firma vormt hier een uitzondering op. Het bedrijf werkte gedurende twee jaar met 30 voltijdse interimarissen voor de verwezenlijking van twee subsidiecontracten (naar Tunesië en Servië). Deze tijdelijke werkkrachten bleven echter niet in dienst. Bij 62% van de

dossiers (of 9 bedrijven) blijkt het contract geen invloed te hebben op de grootte van het personeelsbestand.

Tabel 13 De invloed van de subsidiecontracten op het personeelsbestand (2)

	Aandeel dossiers	Aandeel bedrijven
1. Dankzij de subsidie zijn ontslagen om economische redenen vermeden kunnen worden.	55%	50%
2. Ondanks de subsidie zijn er toch personen ontslagen om economische redenen.	0%	0%
3. Er zijn geen personen ontslagen om economische redenen	45%	50%

Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N dossiers=42, N bedrijven= 22)

In tabel 13 zien we echter dat de helft van de bedrijven dankzij de subsidie ontslagen omwille van economische redenen heeft kunnen vermijden. Zeven bedrijven (33%) rapporteren geen uitbreiding te hebben gedaan maar wel het personeelsbestand in stand te hebben kunnen houden. Ondanks het feit dat geen extra mensen zijn aangeworven, hebben alle werknemers die reeds voor het subsidiecontract bij de firma werkten hun job kunnen behouden. Geen enkel bedrijf rapporteert mensen ontslagen te hebben. Voor verdere uitspraken betreffende de impact van de subsidie op de tewerkstelling verwijzen we naar het deel ‘benchmarking’ (zie infra).

4. ALGEMENE BEOORDELING VAN HET SUBSIDIESYSTEEM DOOR DE BEDRIJVEN

Positieve aspecten:

- De bedrijven krijgen de kans te exporteren naar landen waar ze nog geen voet aan grond hadden. Het contract is een goede referentie voor de bedrijven in de betreffende regio's (naambekendheid).
- De concurrentiepositie van Vlaamse producenten wordt versterkt door middel van een meer competitieve prijs (cf. Vlaamse producten zijn gemiddeld duurder).
- Het subsidiebedrag is relatief hoog (van 35% tot 50%), afhankelijk van de regio.
- De contracten motiveren de bedrijven tot innovatie (zowel technologische - als productinnovatie).

Negatieve aspecten:

- Het tijdsinterval tussen aanvraag en goedkeuring van een dossier is te groot. Contracten worden verbroken omdat de klanten ongeduldig worden en naar de concurrentie trekken. Vandaar het grote aandeel gunstig beoordeelde dossiers dat nooit uitgevoerd wordt (zie supra).
- De opvolging en uitbetaling (vooral de 2^e schijf) van de dossiers verloopt eveneens stroef. Voor de bedrijven wil dit zeggen dat ze telkens een groot financieel risico moet nemen. Aangezien het om KMO's gaat, creëert dit mogelijk problemen van voorfinanciering en liquiditeit. Controles ter plaatse bij de Vlaamse onderneming gebeuren laat. Dit vertraagt het proces van uitbetaling.
- Het plafondbedrag voor het contract is niet hoog genoeg. Sommige uitrustingsgoederen hebben immers een zeer hoge kostprijs.
- Het aantal projecten per jaar en per land is te klein.
- De OESO-landenlijst is niet ruim genoeg waardoor een groot aandeel landen niet in aanmerking komt.

5. DE ECONOMISCHE BENCHMARK: WAT LEVERT HET OP?

In dit laatste deel van het rapport worden de bedrijven die de exportsubsidie ontvangen hebben, vergeleken met een relevante referentiegroep uit Belfirst. Hierbij wordt gefocust op de tewerkstelling en de economische gezondheid van de bedrijven en de invloed van de subsidiemaatregel hierop.

In eerste instantie worden de ‘problemen’ besproken die samenhangen met deze analyse alsook de creatie van de referentiegroep binnen Belfirst. Vervolgens worden de ‘subsidiebedrijven’ vergeleken met de referentiegroep. In laatste instantie wordt bekeken wat de invloed is van de subsidies op de omzet van de bedrijven.

5.1 Voorbereiding van de benchmark

Ervaringen met ander onderzoek (o.a. PASO, START) leren ons dat het bevragen van economische indicatoren geen sinecure is. Vaak is de item non-respons op deze vragen zeer hoog, omdat ze niet kunnen ingevuld worden door de eigenlijke respondenten. De vragenlijst moet dan via een omweg langs de boekhouding verder worden aangevuld. Een omweg die vaak niet gemaakt wordt.

Alle Belgische ondernemingen zijn verplicht hun jaarrekeningen en sociale balansen openbaar te maken. Deze worden in een grote database samengebracht door het bureau Van Dijck; de welgekende ‘Belfirst databank’. (Maar) zelfs in deze databank zijn financiële gegevens als omzet vaak blanco. Zo hebben wij voor de 26 bedrijven die subsidies ontvingen in de referentieperiode slechts van 13 bedrijven de omzet teruggevonden in Belfirst. Hierdoor waren we verplicht om deze info nog extra te bevragen in de vragenlijsten om de non-respons zo laag mogelijk te houden. Door deze combinatie van eigen bevraging en Belfirst hebben we van 19 bedrijven (op 26: respons van 73%) de omzet en van 22 bedrijven (85%) de tewerkstellingsgegevens.

Om uitspraken te kunnen doen over groei en evoluties moeten deze gegevens bovendien als tijdsreeks bevroegd worden. Via Belfirst hebben we data over 10 jaar (1994 – 2003), in de bevraging zijn we vijf jaar terug gegaan (1999-2004). De non-respons voor de gegevens van 2004 is echter te hoog om effectief gebruik te maken

van dit jaar. We gebruiken dus steeds de gecombineerde gegevens van Belfirst en eigen bevraging.

Een extra aandachtspunt in het opstellen van de tijdsreeksen naar omzet en tewerkstelling is de aanwezigheid van outliers. Door de kleine groep waarmee gewerkt wordt (19 bedrijven naar omzet), kan de invloed van uitzonderlijke gebeurtenissen zeer groot zijn. Zo heeft een bedrijf in 1999 en 2000 uitzonderlijk grote contracten binnengehaald. Hierdoor vertienvoudigde de omzet van dit bedrijf (gedurende deze twee jaren, om daarna terug te vallen) op zijn ‘normale’ hoogte. Door het kleine aantal bedrijven is deze omzetstijging zo invloedrijk dat de gemiddelde omzet van onze groep sterk daalt in 2001. Omdat het betreffende bedrijf zelf ook aangeeft dat dit een zeer uitzonderlijke situatie was, werd beslist om deze twee jaren niet op te nemen in de analyse. Het beeld van één bedrijf zou immers te sterk het totaalbeeld beïnvloeden.

Om sluitende uitspraken te doen over prestaties van bedrijven is een systeem van benchmarken onontbeerlijk. In het rapport wordt hiervoor reeds gebruik gemaakt van de PASO-databank. In dit deel worden de bedrijven die een exportsubsidie ontvingen, vergeleken met een relevante controlegroep uit het Belfirst bestand. Er werd hierbij rekening gehouden met de regio, de omzet, de bedrijfsgrootte en -sector. De eerste controlegroep⁹ bevat 307 bedrijven, de tweede¹⁰ telt 599 bedrijven. Deze twee groepen verschillen enkel in de opgenomen sectoren, zoals blijkt uit de voetnoot. Naar regio, grootte en omzet is het relatief eenvoudig de grenzen van de onderzochte groep na te gaan. Naar sector levert dit echter iets meer problemen op. Zo hebben de meeste onderzochte bedrijven meerdere nace-codes die van toepassing zijn (vb. metaalverwerking evenals groothandel). Alle aanwezige nace-codes opnemen, zou niet enkel resulteren in een te grote en vage controlegroep, maar zou ook een slecht referentiekader geven. We hebben daarom getracht ons te beperken tot de

⁹ Controlegroep 1: regio: Vlaams Gewest, omzet: minimum 3.800.000 euro, maximum 40.000.000 euro, grootte: minimum 5, maximum 250 personeelsleden, sector: nace-codes 292, 293, 294, 295 (292: vervaardiging van machines voor algemeen gebruik, 293: vervaardiging van machines voor de landbouw en de bosbouw, 294: vervaardiging van gereedschapswerktuigen, 295: vervaardiging van overige machines voor specifieke doeleinden)

¹⁰ Controlegroep 2: referentiegroep 1 uitgebreid met nace-codes 291 (vervaardiging van motoren en mechanisch drijfwerk, exclusief motoren voor luchtvaartuigen, motorvoertuigen en -rijwielen), 282 (vervaardiging van metalen recipiënten, vervaardiging van radiatoren en ketels voor centrale verwarming), 285 (oppervlaktebehandeling en bekleding van metaal, algemene metaalbewerking).

hoofdactiviteit (produceren van uitrustingsgoederen). Dit zou betekenen dat vooral de eerste referentiegroep van belang is. De tweede referentiegroep is extra aangemaakt omdat drie van de onderzochte bedrijven toch een iets afwijkende nace-code hadden. De tweede referentiegroep vergelijkt dus met een iets ruimer kader. Dit kan ook bekeken worden als een extra controle, hoe ruimer de groep, hoe kleiner de kans dat toevallige gebeurtenissen in individuele bedrijven een grote invloed zullen hebben. Voor de controlegroepen hebben we gegevens over vier jaar, dus niet de meer uitgebreide tijdreeks van tien jaar die we voor de onderzoekspopulatie hebben.

5.2 Meting van de economische gezondheidstoestand

Tijdens het eigenlijke benchmarken maken we een onderscheid tussen drie domeinen. Allereerst wordt de omzet besproken, in een volgend deel is de tewerkstelling aan de beurt en tenslotte brengen we nog enkele belangrijke economische ratio's in kaart die de 'gezondheid' van de bedrijven weergeven. Telkens vergelijken we de cijfers met de controlegroepen uit Belfirst. Over een mogelijke invloed van de subsidies wordt in dit stuk nog niet gesproken, dit komt pas later aan bod.

5.2.1 Evolutie van de omzet

Voor de 13 bedrijven waarvan we beschikken over de omzet van de laatste tien jaar, zien we dat deze gemiddeld gestegen is met 52%. Uitschieters zijn een omzetstijging van 129%, terwijl 15% de minimumstijging is. Dit is reeds een eerste indicatie dat we met een zeer 'gezonde' onderzoeksgroep te maken hebben. Dat blijkt ook indien we enkel de laatste vijf jaar in rekening nemen. Gemiddeld steeg de omzet van onze doelgroep tussen 1999 en 2003 met 9,8%. Toch schuilt er achter dit positieve gemiddelde een meer genuanceerd beeld. 40% van de bedrijven kende immers een negatieve evolutie in de omzet. Deze bleef meestal wel binnen de perken met uitschieters van 22% tot 27% omzetsdaling in vijf jaar tijd. De uitschieters naar boven spreken dan ook meer tot de verbeelding met stijgingen tot 200%.

Vergeleken met de controlegroepen zijn dit uitstekende cijfers. De eerste controlegroep tekende een omzetstijging op van 4%, de tweede één van 5%. Over

outliers en individuele stijgingen of dalingen binnen deze controlegroepen kunnen we echter geen uitspraken doen. Dit is op zich ook minder belangrijk door het grotere aantal bedrijven dat hierin opgenomen is.

Tabel 14 Jaarlijkse evolutie van de omzet voor de onderzoeks- en controlepopulaties

	2003	2002	2001	2000	1999
KT bedrijven	109,8	115,4	108,6	92,8	100
Controlegroep 1	104,41	107,73	113,52	113,52	100
Controlegroep 2	105,10	107,43	108,88	109,51	100

Bron: Belfirst (N1=307, N2=599 en N(kt)= 20) en K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=21).

*1999= referentieperiode

Een ander opvallend verschil tussen de doelgroep en de controlegroepen betreft de jaarlijkse evolutie van de omzet. In de controlegroep was er tussen 1999 en 2000 een grote toename in omzet, en in de drie jaren erna een lichte afname. Onze doelgroep maakt net de omgekeerde evolutie mee. In 2000 was er een lichte afname van de omzet, die echter volledig omsloeg in een sterke toename de twee daaropvolgende jaren. In 2003 was er opnieuw een lichte daling merkbaar. We zien dus dat de doelgroep in 2000 een sterk negatieve groei liet optekenen. In dit jaar hebben echter maar een aantal bedrijven uit de doelgroep de subsidie aangevraagd, en vaak pas een jaar later het contract effectief gerealiseerd. Als we stellen dat de subsidiemaatregel pas vanaf 2001 een sterk effect kan gehad hebben op de doelgroep is het effect ervan reeds duidelijk: onze doelgroep haalde hier de controlegroep bijna in en in 2002 was de gemiddelde groei over drie jaar reeds een stuk hoger.

5.2.2 Evolutie tewerkstelling

Het voorgaande illustreert dat de omzet van de bedrijven een sterke stijging kende, zowel over tien als over vier jaar. Deze stijgingen in omzet gaan echter niet noodzakelijk hand in hand met een evenredige stijging in personeelsaantallen. Zo kunnen automatisering en productiviteitsstijgingen ervoor zorgen dat stijgingen in omzet vaak met even veel of zelfs minder personeel worden gerealiseerd. Voor onze onderzoeksgroep geldt deze redenering in beperkte mate. De omzetstijging van 52% over de laatste tien jaar gaat hand in hand met een personeelstoename van 21% over dezelfde periode. De personeelstoename volgt dus niet de toename in omzet, wat kan wijzen op een toename van de productiviteit. Anderzijds werd over tien jaar gespreid

per vier werknemers wel één werknemer extra tewerkgesteld in de onderzochte bedrijven.¹¹ Maar liefst 72% van de onderzochte bedrijven zijn over tien jaar groeibedrijven. Eén bedrijf zag zijn tewerkstelling constant blijven. De overige 20% tekende een daling op.

Tabel 15 Jaarlijkse evolutie van de personeelsaantallen voor de onderzoeks- en controlepopulaties

	2003	2002	2001	2000	1999
KT bedrijven	110,8	110,3	111,7	102,2	100
Controlegroep 1	109,5	109,9	110,9	107,3	100
Controlegroep 2	108,1	109,0	109,1	105,3	100

Bron: Belfirst (N1=307, N2=599 en N(kt)= 20) en K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=21)

*1999= referentieperiode

Indien we de laatste vijf jaar in beschouwing nemen, behaalt onze doelgroep een personeelsstijging van 10%, wat gelijke tred houdt met de stijging van de omzet. Deze stijging ligt net boven deze van de controlegroepen, terwijl de omzetstijging duidelijk een stuk hoger ligt.

5.2.3 De gezondheid afgetoetst

Naast omzet en aantal werknemers vergelijken we ook enkele economische ratio's van de doelgroep met de controlegroepen. De ratio's die aan bod komen zijn achtereenvolgens de toegevoegde waarde per personeelslid, de nettorendabiliteit van het eigen vermogen en de liquiditeit (in enge en ruime zin).

De toegevoegde waarde per personeelslid legt de nadruk op de waardecreatie van de ondernemingen. In 2003 bedroeg deze ratio voor onze doelgroep 54.640 euro. Dit is

¹¹ Indien we deze berekening opnieuw doen, maar dan enkel voor de groep bedrijven waarvan zowel de omzet- als tewerkstellingsgegevens hebben voor de volledige periode van tien jaar, verkrijgen we gemiddeld dezelfde personeelstoename van 16%. Deze redenering leert ons dat de eigenlijke omzetstijging van onze doelgroep wellicht onderschat wordt door de non-respons op deze vraag. Het bedrijf met de grootste stijging in tewerkstelling (een viervoudiging) heeft immers geen omzetcijfers vrijgegeven. Dit is ook de reden dat de personeelsstijging, berekend op het aantal bedrijven waarvan we omzetgegevens hebben, iets lager ligt.

bijna 20% hoger dan de toegevoegde waarde per personeelslid van de controlegroep (46.520 euro).¹²

Het rendement van de ondernemingen bekijken we kort aan de hand van de nettorendabiliteit van het eigen vermogen. Deze nettorendabiliteit van het eigen vermogen is gelijk aan de procentuele verhouding tussen het resultaat van het boekjaar na belasting en het eigen vermogen. Voor onze doelgroep bedroeg deze ratio in 2003 11,17%, en gemiddeld over de laatste vijf jaar zelfs 14,61%.¹³ Vergeleken met de controlegroepen zijn ook dit weer goede cijfers. De eerste controlegroep had een ratio van 8,15% in 2003 (12,3% gemiddeld) en de tweede controlegroep liet in 2003 een ratio van 8,71% optekenen (en gemiddeld 9,90%). We kunnen dus stellen dat de bedrijven die de subsidies voor export gebruiken gemiddeld genomen zeer gezonde bedrijven zijn, die een meer dan gemiddelde toegevoegde waarde per personeelslid creëren en zelfs een zeer hoge rendabiliteit van het eigen vermogen kunnen voorleggen.

Naast toegevoegde waarde en rendabiliteit nemen we ook de liquiditeit onder de loep. Een goede liquiditeitsratio illustreert het vermogen van de onderneming om crediteuren tijdig (op korte termijn) te kunnen betalen. Bij de liquiditeit gaat het er om of de onderneming voldoende geld ter beschikking heeft om aan direct opeisbare betalingsverplichtingen te kunnen voldoen; vb. het uitbetalen van lonen, het betalen aan de belastingdienst, de grondstoffenleveranciers en het aflossen van bankkredieten. Voor de liquiditeit zijn twee kengetallen bepalend: de current ratio en de quick ratio.

De current ratio (of liquiditeit in ruime zin) geeft weer hoeveel keer meer liquide middelen er zijn dan wat er op korte termijn aan schuldeisers moet worden betaald. Hoe hoger, hoe beter. Is de current ratio echter minder dan 1, dan zou het voortbestaan van de onderneming over een periode van enkele maanden in gevaar kunnen komen. In 2003 bedroeg deze current ratio voor de doelgroep gemiddeld genomen 1,29. Voor de controlegroepen was dit respectievelijk 1,35 en 1,33.

¹² Controlegroep 1, controlegroep 2 zit met een toegevoegde waarde van 45.640 euro per personeelslid op dezelfde lijn.

¹³ Het hoge gemiddelde is enerzijds resultaat van zeer constante en redelijk hoge ratio's over de jaren en een uitschieter van 22,51% in 1999.

In deze current ratio is echter de waarde van de voorraden inbegrepen. Dit impliceert een mate van onzekerheid; immers, wat zijn die voorraden in geval van nood waard en hoe snel kunnen ze liquide gemaakt worden? Daarom is er een tweede ratio, waarin de waarde van de voorraden buiten beschouwing wordt gelaten: de zogenaamde quick ratio of liquiditeit in enge zin.¹⁴ Ook deze lag voor de doelgroep in 2003 iets lager dan voor de controlegroepen (0,8 doelgroep, tegen respectievelijk 0,94 en 0,95 voor de controlegroepen).

Hoewel de doelgroep dus zeer goede cijfers kan voorleggen wat betreft toegevoegde waarde per personeelslid en rendabiliteit van het eigen vermogen, liggen de liquiditeitsratio's eerder laag. Zo moet de quick ratio in het ideale geval zeer dicht tegen of boven één uitkomen, wat aangeeft dat er voldoende liquide middelen aanwezig zijn om de schulden op korte termijn en zonder cash problemen op te lossen. Een te lage liquiditeit kan zelfs zeer gezonde bedrijven op korte termijn in de problemen brengen.

5.2.4 Invloed subsidies

We hebben gezien dat de bedrijven die gebruik maakten van de subsidie mooie resultaten kunnen voorleggen. De vraag die zich nu stelt, is in hoeverre dit een gevolg is van de verkregen subsidies. Daarvoor gaan we in eerste instantie kort bespreken wat de bedrijven hier zelf over zeggen. Vervolgens maken we een inschatting van de omzet indien de subsidiemaatregel niet bestaan zou hebben. Bij deze laatste analyse houden we zowel rekening met de gesubsidieerde contracten als de opvolgcontracten die daardoor zijn afgesloten.

Subjectieve inschatting door de betreffende bedrijven zelf

In de aanvraagdossiers die de bedrijven in eerste instantie indienen, vinden we de verwachtingen terug die ze zelf hebben ten aanzien van de subsidiecontracten en eventuele multiplicatoreffecten. Enkele bedrijven klagen over stagnerende markten in Europa (vb. machines voor textiel-productie, scheepsbouw, enz.). Hierdoor zijn ze als het ware 'verplicht' nieuwe markten op te zoeken om hun producten aan de man te brengen; dit niet enkel om een omzetstijging te bewerkstelligen, maar ook om een

¹⁴ Berekening van de quick ratio = vlottende activa - voorraden/schulden van maximaal één jaar.

(verdere) daling in de omzet tegen te gaan. Andere bedrijven zien een groot potentieel in nieuwe, groeiende markten waardoor het gesubsidieerde contract voldoende moet zijn om in de toekomst mooie resultaten te behalen in de betreffende regio's. Een korte bloemlezing uit de aanvraagdossiers geeft de verwachtingen weer:

“Doel is op permanente basis een deel van de Pakistaanse markt te veroveren.”

“Het is duidelijk dat indien wij éénmaal een contract binnen halen voor deze klant, wij als erkend leverancier worden beschouwd en uiteraard verdere bestellingen in de wacht kunnen slepen, ook in de omliggende landen. Gezien het enorme potentieel van deze markt zal dit een direct effect hebben op de werkgelegenheid.”

“Gezien de stagnerende markten moet de verkoop van machines gestimuleerd worden door de moeilijkheden in de afzetmarkt te overwinnen, en zo een positief imago op te bouwen in de betreffende regio.”

“De kwaliteit van onze producten is veel hoger dan die van onze concurrenten. Eens wij als standaard aanvaard worden, kunnen ook offertes worden ingediend op andere projecten.”

“Het contract en de mogelijke opvolgcontracten zullen een positieve invloed hebben op het exportcijfer en de omzet. Uitbreiding van de productie zal nodig zijn, met bijkomende aanwervingen tot gevolg”

“Er is nog een enorm potentieel aanwezig”

“Het project dient als referentie ter plaatse voor andere toekomstige projecten. Veel verdere investeringen zullen eraan komen in dezelfde regio”

“Het is een nieuwe markt, waarbij het zeer belangrijk is als eerste aanwezig te zijn”

“Er is in de regio een enorme behoefte aan analoge uitrustingsgoederen”

“We moeten beroep doen op onze knowhow en aanpassingen doorvoeren in de producten, maar het creëert enorme nieuwe mogelijkheden in dit belangrijke nieuwe segment op de internationale markt”

“Vele bestellingen zullen volgen, wie dit contract binnen haalt heeft al 100% een volgend contract op zak”

Dit zijn niet alle voorspellingen die werden gedaan. Het is duidelijk dat de bedrijven het economische belang van de gesubsidieerde contracten (waarvan de bedrag soms hoog oplopen), maar ook de verwachte opvolgcontracten zeer hoog inschatten. Veel contracten worden dus gepercipieerd als zijnde referentieprojecten voor de toekomst. Vaak gaat het immers om nieuwe markten die daarenboven nog in ontwikkeling zijn en een enorm potentieel voor de toekomst in pacht hebben.

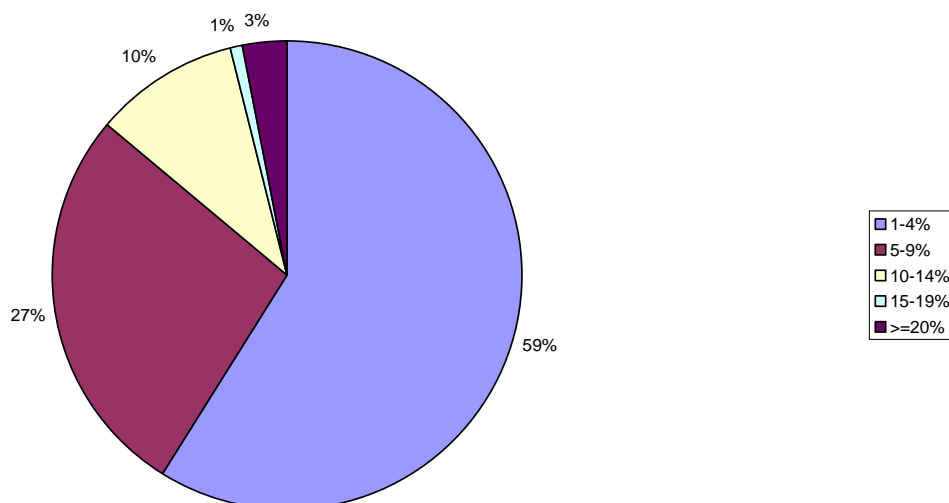
Dit geeft wel een blinde vlek van dit onderzoek weer. Alle bedrijven die exportsubsidies ontvingen tussen 1999 en 2003 zijn in deze evaluatie opgenomen.

Dossiers ingediend in 2003 worden vaak pas gerealiseerd in 2004 waardoor een eventueel effect vaak pas later zichtbaar zal zijn. Een onderzoek dat al deze effecten in rekening brengt, zou ideaal genomen vijf tot tien jaar na de toekenning van de subsidies moeten worden uitgevoerd. Wij kunnen in wat volgt kijken wat de invloed is van het gesubsidieerde contract op de omzet, we kunnen de reeds voltrokken opvolgcontracten mee opnemen in de berekening, en een voorzichtige schatting doen naar de toekomst op basis van de vragenlijst. Wij kunnen op dit moment echter nog geen sluitende uitspraken doen over het uiteindelijke effect van al de referentieprojecten, terwijl deze door de gesubsidieerde bedrijven net zeer hoog aangeschreven wordt.

Omzet gerealiseerd door subsidiecontracten

Een indicatie van het belang van de subsidiecontracten is de verhouding van het contractbedrag (of de som van meerdere contractbedragen in één jaar van één onderneming) op de totale omzet van het bedrijf in kwestie. De verdeling van deze percentages wordt voorgesteld in onderstaande figuur.

Figuur 5 Aandeel ondernemingen naar percentage van de omzet gegenereerd door (het) contractbedrag(en)
(N contractbedragen = 32)



Bron: K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen

Meer dan de helft van de gesubsidieerde contracten heeft niet echt een grote invloed op de omzet, het contractbedrag bepaalt namelijk minder dan 5% van de totale omzet. Voor nog eens één bedrijf op vier vormt het contractbedrag tussen de 5 en 10% van de omzet. Bij deze laatste groep is er dus wel een duidelijk positieve invloed op de omzet. Bij de overige 20% van de bedrijven vormt het dit zelfs meer dan 10% van de omzet. De uitschieters zijn 23%, 24% tot zelfs 39% van de omzet. Bij enkele bedrijven zou de omzet dus lager hebben gelegen, mocht het gesubsidieerde contract niet zijn behaald dat jaar.

Wanneer we de evolutie van de omzet bekijken en vergelijken met wat de situatie zou zijn zonder de gesubsidieerde bedragen, verkrijgen we volgende beeld.

Tabel 16 Evolutie van de omzet met en zonder de contractbedragen voor de onderzoekspopulatie

	2003	2002	2001	2000	1999
KT bedrijven	109,8	115,4	108,6	92,8	100
KT bedrijven zonder subsidie	107,5	114,0	106,6	91,2	100

Bron: Belfirst en K. U. Leuven, departement Sociologie, eigen berekeningen (2004, N=21)
*1999= referentieperiode

Op basis van deze tabel lijkt het belang van de subsidies op het eerste zicht niet zo groot te zijn. Zoals hierboven reeds gezegd hebben deze contracten voor enkele afzonderlijke bedrijven echter wel duidelijk het verschil gemaakt, maar de gemiddelde invloed lijkt klein. Als we de tabel echter nader bekijken zien we toch dat de gesubsidieerde contracten een gemiddelde jaarlijkse groei van 1,8% gedurende een periode van vijf jaar hebben veroorzaakt. Vermits de bedrijven zelf aangeven dat ze zonder subsidies geen kans maakten om deze contracten binnen te rijden, mogen we het belang ervan niet onderschatten.

Bovendien zijn het niet enkel de subsidiecontracten waarop de ondernemingen hun hoop vestigen. Idealiter zouden we ook de opvolg-contracten moeten kunnen opnemen. Als de contracten waarmee de bedrijven zeggen een ‘voet tussen de deur’ te willen krijgen reeds zorgen voor een omzetstijging van bijna 2%, moet het goede nieuws wellicht nog beginnen. Maar om de opvolgcontracten in de berekeningen op te nemen, hebben we te weinig info. In wat volgt maken we echter wel enkele schattingen en veronderstellingen.

Het belangrijkste voorbeeld van een opvolgcontract is ongetwijfeld dat van *Somati*. Zoals eerder ook reeds aangehaald hebben zij twee grote opvolg-contracten gerealiseerd, in totaal goed voor 4,5 miljoen euro. Dit is met voorsprong het grootste opvolgcontract waarover tot nu toe gegevens beschikbaar zijn. Voor het bedrijf in kwestie, met een omzet van 4,6 miljoen euro in 2003, is dit een zeer belangrijk contract dat zonder de subsidiemaatregel waarschijnlijk niet zou zijn binnengehaald.

Dat de verwachtingen van opvolgcontracten geen loze verwachtingen zijn wordt bovendien gesterkt door de bevindingen onder het puntje ‘multiplicatoreffecten’ hoger in dit rapport. Hier werd reeds gesteld dat 71% van de projecten resulteert in lopende prospecties in de betrokken regio’s.

Als we de opvolgcontracten die we nu reeds ter beschikking hebben, optellen, komen we uit op een totaal bedrag van 13.511.622 euro (voor 11 bedrijven). Wetende dat de gesubsidieerde contracten, samen goed waren voor 21.897.000 euro, een omzetsijging van gemiddeld ongeveer 2% per jaar veroorzaken, mag het economische belang van deze opvolgcontracten niet onderschat worden. Bovendien is het voor een aantal dossiers nog te vroeg om de opvolgcontracten helemaal in rekening te brengen. Veel bedrijven zitten immers nu midden in de prospectieperiode die kan leiden tot nieuwe contracten. Potentiële klanten worden uitgenodigd bij de bestaande klant om de kwaliteit van de geleverde producten te verifiëren en onderhandelingen worden gevoerd. Bovendien zijn deze opvolgcontracten vaak een stuk groter dan de gesubsidieerde contracten. Zo zijn er een aantal bedrijven die aangeven in een ver gevorderde fase van onderhandelingen te zijn om nieuwe contracten in de regio's af te sluiten; nieuwe en bovendien zeer grote contracten...

Als we de opvolgcontracten ook aftrekken van de gerealiseerde omzet leunt de omzetgroei van onze doelgroep zeer sterk aan bij de groei van de twee controlegroepen. Als we dan ook nog rekening houden met het feit dat enkele van deze bedrijven reeds eerder exportsubsidies hebben ontvangen en dus misschien enkele opvolgcontracten hiervan in hun omzet hebben, dan is het redelijk te stellen dat de extra groei die door onze doelgroep wordt behaald het gevolg is van het systeem van exportsubsidies. Sluitende analyses over de verdere invloed van de opvolgcontracten kunnen enkel worden gemaakt door het opvolgonderzoek minstens vijf jaar na het afsluiten van het laatste subsidiecontract te starten. Alle indicaties die we hier hebben verzameld, wijzen echter wel op een duidelijke en sterk positieve invloed.

6. BESLUIT

In dit rapport wordt nagegaan welke impact de Vlaamse exportsubsidie-maatregel heeft op de bedrijven die er gebruik van maken. Er werden 26 bedrijven bevestigd die tussen 2000 en 2003 één of meerdere subsidiecontracten hebben gerealiseerd en vergeleken hen met twee controlepopulaties (PASO en Belfirst). 21 firma's werkten mee, op dossierniveau wil dit zeggen dat we informatie hebben over 42 dossiers.

Kleine ondernemingen blijken de laatste twee jaren aanzienlijk meer aan bod te komen dan voordien. Daarnaast betreft meer dan de helft van de goedgekeurde dossiers export naar Afrikaanse landen, wat een verandering inhoudt ten opzichte van de evaluatie van 1998. Verder is het ook zo dat er 'vaste klanten' zijn ontstaan voor deze subsidieregeling.

Ondanks het feit dat het aantal exporterende bedrijven van uitrustingsgoederen vrij beperkt is, zou een grondige promotie-actie andere bedrijven bewust kunnen maken van deze subsidieregeling. Dit gebeurde al door de organisatie van een infosessie tijdens de opendeurdag van de administratie Economie. Een beter uitgebouwde website en het regelmatig organiseren van zulke infosessies zou de vlotte bekendmaking van de regeling ten goede komen. Ook het doorsturen van de exporterende bedrijven naar Finexpo zou de Vlaamse bedrijven ten goede kunnen komen.

In vergelijking met de PASO-controlepopulatie (N=63) is de omzet van de onderzoekspopulatie in grotere mate geografisch verspreid; in verhouding bevindt de afzetmarkt zich gemiddeld meer buiten Europa en zijn de bedrijven meer exportgericht. De twee regio's buiten Europa waarnaar het meest geëxporteerd wordt, zijn Afrika en Azië.

De contracten komen meestal tot stand door een verkenning van de buitenlandse markt van de bedrijven zelf, via de klant of via een plaatselijk zelfstandig agent. De subsidie is echter onontbeerlijk: zonder subsidie/geen contract. In de helft van de gevallen was er reeds sprake van een zekere activiteit in de regio maar de meeste bedrijven krijgen pas dank zij het subsidiecontract echt voet aan grond. Een groot

aandeel bedrijven rapporteert waardevolle kennis betreffende de regio te hebben opgedaan die hen in de toekomst en verdere transacties nog van pas kan komen (plaatselijke infrastructuur, nieuwe contacten, cultuur en manier van onderhandelen).

De onderzoekspopulatie blijkt in verhouding meer gestandaardiseerde producten volgens een aantal gewenste specificaties van de klant (48% van de totale omzet tegenover 17% bij de controlepopulatie) te produceren en minder geïndividualiseerde producten (27% tegenover 65%). Verschillende ondernemingen rapporteren in het kader van de exportsubsiemaatregel de uitrustingsgoederen enigszins te simplificeren en te mechaniseren. De klanten zijn immers over het algemeen landen in ontwikkeling en zijn nog niet vertrouwd met geavanceerde vormen van electronica. Op vlak van productinnovatie zien we dat bedrijven uit de onderzoekspopulatie gemiddeld beter scoren dan de controlebedrijven en dat dit in ongeveer de helft van de gevallen te danken is aan de subsidiecontracten.

De ondernemingen in de onderzoekspopulatie zijn gemiddeld meer bezig met marktonderzoek en percipiëren gevestigde buitenlandse bedrijven gemiddeld als meest geduchte concurrenten. Ze proberen zich vooral op vlak van kwaliteit, service en maatwerk te onderscheiden van hun belangrijkste concurrenten. Vlaamse producten blijken over het algemeen duurzamer, maar ook prijzeliijker te zijn dan andere producten.

Een groot aandeel bedrijven ondervindt duidelijk een multiplicatoreffect dankzij de maatregel: 71% van de subsidieprojecten resulteert in prospecties in de regio en in 40% van de gevallen doet dezelfde klant na het project een bijbestelling. Tien projecten hebben een bestelling van een andere klant in de regio tot gevolg; er is dus effectief sprake van een netwerkuitbreiding in de regio. Het niet realiseren van vervolcontracten wordt door de ondernemingen voornamelijk verklaard door een te hoge prijs van de goederen (wanneer er geen subsidie aan te pas komt) in combinatie met de lage wisselkoers van de dollar. Ook een ongunstig sociopolitiek klimaat en het specifiek karakter van het product zijn aangehaalde redenen. Meer dan de helft van de bedrijven werft als gevolg van een subsidiecontract één of meerdere mensen aan en/of rapporteert ontslagen omwille van economische redenen te hebben kunnen vermijden.

Ook het economische effect van de subsidiemaatregel is in dit rapport onderzocht. In vergelijking met de controlegroep die werd samengesteld binnen het Belfirst bestand, bleken de bedrijven die van de subsidie hebben genoten positieve cijfers te kunnen voorleggen. In 2000, het jaar waarin slechts enkele bedrijven uit onze doelgroep subsidies hebben ontvangen, zag het er nochtans niet zo goed uit. De omzet van de onderzoekspopulatie daalde gemiddeld met 7% en was significant kleiner dan die van de controlepopulatie (een verschil van 20%). Deze situatie wordt echter in de daaropvolgende jaren recht gezet; de gemiddelde omzet over vijf jaar ligt zelfs een stuk hoger dan deze van de controlegroep. Ook op tewerkstelling, toegevoegde waarde en rendabiliteit scoren de bedrijven goed.

Op vlak van liquiditeit tekenen de bedrijven in vergelijking met de controlegroep echter minder goede cijfers op en kunnen we enkele bedenkingen formuleren. De goedkeuring van een subsidie-aanvraag laat meestal lang op zich wachten waardoor de klant in sommige gevallen zijn geduld verliest, naar de concurrentie gaat en het contract dus verloren gaat. Vervolgens worden de subsidies pas lange tijd na levering van de goederen uitbetaald wat resulteert in problemen van voorfinanciering en liquiditeit. Vooral de controle ter plaatse bij de Vlaamse onderneming en het uitbetalen van de tweede schijf van de subsidie levert soms problemen op voor de betrokken bedrijven. Kortom, de logge administratieve afhandeling van de aanvragen en dossiers heeft voor de bedrijven contractverlies en financiële onzekerheid tot gevolg.

Een aspect dat ook opgenomen dient te worden in de evaluatie van de subsidiemaatregel is het maatschappelijk effect ervan in de landen waarnaar geëxporteerd wordt. De aankoop van uitrustingsgoederen (aan verminderde tarieven) geeft ook voor de plaatselijke bevolking in een aantal gevallen een kwalitatieve meerwaarde. Een voorbeeld verduidelijkt dit:

De pompen van Vandezande maken het mogelijk drinkbaar water aan te reiken. Door het systeem van subsidies kon Namibië binnen zijn budget deze pompen aankopen. Drinkbaar water is niet enkel zeer belangrijk voor de plaatselijke bevolking, maar ook voor het opkomende toerisme in de streek. In de regio rond de vluchtelingenkampen in Darfoer zijn er eveneens plannen om pompen te leveren.

BIJLAGE

Identificatiegegevens + dossiergegevens

Naam bedrijf:

Adres:

Telefoonnummer:

Dossiernummer:

naam + emailadres contactpersoon:

Aantal keer subsidie toegekend in de door ons bestudeerde periode (2000-2003):

Regio van toekenning:

Bedrag van het contract waarop subsidie betrekking heeft: euro

Subsidiebedrag: euro

Omschrijving geleverde goederen:

Status van het dossier:

Evolutie prestatie-indicatoren:

Omzet:

1999:

2000:

2001:

2002:

2003:

2004:

Tewerkstelling: voltijdse equivalenten:

1999:

2000:

2001:

2002:

2003:

2004:

Evolutie inkomsten uit export: %

1999:

2000:

2001:

2002:

2003:

2004:

1. Hoe bent u in deze regio bij de betreffende klant terecht gekomen?

- Belgisch partnerbedrijf dat reeds actief is in de regio
- Buitenlands partnerbedrijf dat reeds actief is in de regio
- Advies- of marketingbedrijf
- Zelf buitenlandse markt verkend
- Vraag van de klant
- Internationale offerte
- Andere, namelijk:

2a. Heeft u dankzij de exportsubsidie bijkomend personeel (al dan niet tijdelijk) kunnen aanwerven?

- neen, er hebben geen personeelsuitbreidingen plaatsgevonden
- neen, de personeelsuitbreiding had waarschijnlijk ook plaatsgevonden zonder de subsidie
- ja, dankzij de subsidie hebben wij ons personeelsbestand kunnen uitbreiden

2b. Als antwoord 'ja': hoeveel extra personeelsleden waren dit?

3. Heeft u dankzij de exportsubsidie ontslagen om economische redenen kunnen vermijden?

- neen, er zijn geen personen ontslagen om economische redenen
- neen, ondanks de subsidie zijn er toch personen ontslagen om economische redenen
- ja, dankzij de subsidie hebben wij ontslag om economische redenen kunnen vermijden

4. Was u voor de subsidie reeds actief in Indië?

- Ja
- Neen

5. Hebt u dank zij het contract nieuwe kennis kunnen opdoen over de betreffende regio die nog van pas kan komen? (We denken bv. aan obstakels gerelateerd aan de nieuwe bestemming, instanties/contactpersonen ter plaats,...wordt in eerste instantie niet gezegd, enkel indien respondent niet weet wat er kan bedoeld worden)

6. Heeft het contract waarop de subsidie betrekking heeft geleid tot investeringen in de betreffende regio? *We denken aan verkooppunten, installatie contactpersonen...(wordt in eerste instantie niet gezegd, enkel indien respondent niet weet wat er kan bedoeld worden)*

7. Zijn er momenteel nog prospecties lopende in de betrokken regio

- Ja, welke?
- Neen

8a. Heeft het contract waarop de subsidie betrekking heeft geleid tot opvolgingscontracten voor dezelfde goederen bij dezelfde klant(en)?

- Ja
- Neen

8b. Indien ja:

Wat is het bedrag van het extra contract dat werd gerealiseerd?

9a. Heeft het contract waarop de subsidie betrekking heeft geleid tot bijkomende handelscontracten voor andere goederen bij dezelfde klant(en)?

- Ja
- Neen

9b. Indien ja:

Wat is het bedrag van het extra contract dat werd gerealiseerd?

10a. Heeft het contract waarop de subsidie betrekking heeft geleid tot handelscontracten bij andere klanten binnen dezelfde regio('s)?

- Ja
- Neen

10b. Indien ja:

Wat is het bedrag van het extra contract dat werd gerealiseerd?

11. Indien nee geantwoord wordt op 8a, 9a, 10a de vorige drie vragen: waarom niet? *bv. prijs zonder subsidie te duur, slechte contacten...(wordt in eerste instantie niet gezegd, enkel indien respondent niet weet wat er kan bedoeld worden)*

12. Zijn er meer opleidingen gegeven als gevolg van de exportsubsidie?

- Ja
- Neen

13. Binnen welke niet-Europese landen heeft u tussen 2000 en 2004 een nieuwe afzetmarkt gevonden? In welk jaar? Subsidie? Welke? *(kruis aan wat past en vul indien nodig aan)*

Land	Jaartal introductie afzetmarkt	Geen subsidie genoten	Exportsubsidie uitrustingsgoederen	Andere subsidiëring: welke?
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

14. In welke mate is de toegang tot deze nieuwe geografische afzetmarkt(en) een gevolg van de toekenning van de exportsubsidie? (gelieve per land het meest passende antwoord aan te kruisen.)

Land	Zonder de exportsubsidie was er geen toegang tot deze nieuwe afzetmarkt	Gedeeltelijk, zonder de subsidie hadden we ook toegang gehad tot deze afzet markt, maar moeizamer	De toegang tot deze afzetmarkt staat los van de exportsubsidie
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

PRODUCTEN EN DIENSTEN

15a. Werden er in de periode 2000-2004 nieuwe en/of verbeterde producten/diensten in het gamma opgenomen? (Kruis aan per jaartal. Slechts één antwoord mogelijk)

	Ja	Neen
2000		
2001		
2002		
2003		
2004		

15b. Heeft de toekenning van de exportsubsidie voor de opname van nieuwe en/of verbeterde producten/diensten bevorderd? (Kruis aan per jaartal. Slechts één antwoord mogelijk)

	Ja, aanzienlijk	Ja, beperkt	Neen
2000			
2001			
2002			

2003			
2004			

16. Op welke manier probeert het bedrijf zich te onderscheiden van de voornaamste concurrenten? *(Meerdere antwoorden mogelijk)*

- prijs
- kwaliteit
- maatwerk
- gespecialiseerd product
- snelheid van levering
- service
- reputatie/imago
- doelgerichte marktstrategie
- andere:

.....

17. Ten slotte lees ik enkele stellingen voor, kan u me zeggen of u het er helemaal mee eens bent, eens, noch eens noch oneens, oneens of helemaal oneens? *(Kruis aan)*

	Helemaal eens	Eens	Noch eens noch oneens	Oneens	Helemaal oneens
Onze kosten zijn een heel stuk hoger dan die van onze belangrijkste concurrenten					
Het is voor onze concurrenten moeilijk om onze producten/ diensten na te bootsen					
Onze vestiging maakt gebruik van nieuwe of geavanceerde technologie of processen					
Onze producten/diensten zijn uniek in vergelijking met die van onze voornaamste concurrenten					
In deze vestiging investeren we veel tijd en energie in eigen marktonderzoek					
We zoeken constant nieuwe markten voor onze huidige activiteiten					

18. Kan u kort in kaart brengen wat volgens u de sterke en de zwakke punten zijn van de exportsubsidie-regeling?

19. Hebben jullie moeilijkheden ervaren bij het indienen of concreet afhandelen van een dossier?

20. Enige suggesties of verbeteringen

21. Wat was in 2004 het aandeel van de onderstaande types producten/diensten in de totale omzet van de vestiging? Vul in bij benadering (%).

Producten/Diensten	Aandeel in de omzet
1. Gestandaardiseerde producten/diensten (geen varianten of specificaties, het product/dienst ligt onveranderlijk vast) %
2. Gestandaardiseerde producten/diensten, maar volgens een aantal gewenste specificaties van de klant (de klant heeft de mogelijkheid om het uiteindelijke product/dienst zelf te bepalen door uit een aantal voorgestelde opties te kiezen) %
3. Klantspecifieke/geïndividualiseerde producten/diensten (producten/diensten volledig op maat van de klant) %
Totaal	100%

22. Hoe was de totale omzet van de vestiging in 2004 geografisch gespreid over de volgende afzetmarkten? Vul in bij benadering (%).

Regio	Spreiding van de totale omzet in 2003
1. Vlaams Gewest %
2. Brussels Gewest %
3. Waals Gewest %
4. Buurlanden (Nederland, Frankrijk, Duitsland, Luxemburg, Groot-Brittannië) %
5. Rest van de Europese Unie (EU-15) of landen van de Europese Vrijhandelsassociatie (IJsland, Noorwegen, Zwitserland, Liechtenstein) %
6. Nieuwe EU-lidstaten (Polen, Estland, Letland, Litouwen, Hongarije, Tsjechië, Slowakije, Slovenië, Malta en Cyprus) %
7. Azië %

8. VSA %
9. Afrika %
10. Zuid-Amerika %
11. Andere %
Totaal	100%

23. Duid aan in welke mate uw vestiging in de periode 2001-2004 concurrentie heeft ondervonden van de volgende groepen. *Klik telkens het gepaste antwoord aan (1 = zeer zwakke concurrentie; 5 = sterke concurrentie).*

	Zeer zwakke concurrentie		Zeer sterke concurrentie		
1. Gevestigde binnenlandse organisaties	1	2	3	4	5
2. Gevestigde buitenlandse organisaties	1	2	3	4	5
3. Nieuwe binnenlandse organisaties	1	2	3	4	5
4. Nieuwe buitenlandse organisaties	1	2	3	4	5