

Globalisering versus regionalisering van de wereldeconomie?

► *André Mommen*

In de populaire literatuur over de globalisering wordt de nadruk gelegd op de liberalisering van de (financiële) markten en de verzwakking van de staten, waarbij de triomf van de "wereldmerken" het logo is geworden van een kapitalisme zonder grenzen. Ook is er nog het "flitskapitaal" dat met de transnationale ondernemingen (TNO's) de macht heeft gegrepen. Kortom, nieuwe productie- en beslissingscentra domineren de verhoudingen in de wereld.

Dit nogal ongenueanceerde beeld¹ van de globalisering wordt bestreden door auteurs die in de nationale staten nog altijd belangrijke spelers op de internationale scène zien of die de nadruk leggen op internationale regulering ("governance").² Staten beschikken immers in tegenstelling tot de banken of de TNO's over disciplineringsmiddelen. Ze kunnen burgers én buitenlanders arresteren en dwingen tot het betalen van belastingen. Niet de banken of TNO's, maar de staten voeren oorlogen. De staten hebben ook de huidige globaliseringstrend in gang gezet. De staten coördineren door internationale instellingen en regionale regimes de buitenlandse handel. De huidige liberalisering van de markten is daarbij het resultaat van besluiten genomen door regeringen en internationale instellingen. Machtsverhoudingen spelen hierin een dominante rol. En die machtsrelaties kunnen zowel economisch als politiek bepaald zijn.

Vandaar dat in samenhang met de globalisering ook regionale handelsblokken zijn ontstaan. De Europese Unie (EU) is zo één van die regionale handelsblokken. De "Burcht Europa" is opgericht

om niet alleen ongewenste migraties te beletten, maar vooral om importen van landbouwproducten en industriële goederen tegen te houden. Ook rond de Verenigde Staten heeft zich inmiddels een dergelijk handelsblok gevormd. Beide blokken beschuldigen elkaar nu van protectionisme en voeren langlopende handelsoorlogen met elkaar. Deze twee handelsblokken hebben inmiddels concurrentie gekregen van een derde speler, namelijk de pas geïndustrialiseerde landen in Azië. In Azië, waar de combinatie van lage lonen en exportgeleide groei voor verhevigde concurrentie op de koopkrachtige markten in Europa en Noord-Amerika heeft gezorgd, bestaat evenwel geen regionaal handelsblok. De Aziatische landen vormen geen geregionaliseerde binnenmarkt. Ze opereren als elkaars concurrenten. China is vandaag de snelst groeiende Aziatische exporteur op de wereldmarkt en bedreigt daardoor de handelspositie van Japan en Zuid-Korea. Deze "triadisering" van de wereldmarkt is strijdig met het gangbare beeld van "de wereld, één markt" zoals dat door de ultraliberalen wordt gepromoot.

De critici van de grenzeloze markt hebben reeds vroeg gewezen op de *marketing* als dominant zichtbaar aspect van de globalisering. Marketing moet men hier verstaan als de techniek om waren op de markt te brengen en ze ook te verkopen tegen een lonende prijs. Marketing wijst ook op de schepping van (kunstmatige) behoeften. Een markt ontstaat niet vanzelf, maar wordt geschapen en daarna verder ontwikkeld. Behoeften die aldus ontstaan, hebben daardoor ook een culturele inhoud en vorm. Men eet niet alleen voedingswaren om zijn of haar honger te stillen en om daar-

door de eigen arbeidskracht te herstellen, maar men eet vandaag hoofdzakelijk *geconditioneerde* voedingswaren die in het ontwikkelde kapitalisme veelal onder *merknamen* verkocht worden. De tijd van de merkloze aardappel of banaan is voorbij. Kortom, deze ontwikkeling, gevoegd bij die van de globalisering, heeft ervoor gezorgd dat een onherroepelijke homogenisering van producten en smaken heeft plaatsgevonden. Dat stimuleerde de opkomst van de logo's die ons wegwijs maken in deze nogal onoverzichtelijke jungle.³

De neoliberale globaliseerders overdrijven in elk geval schromelijk als ze menen dat het kapitalisme zich nu heeft gedernationaliseerd. Van een denationalisering van de TNO's is, in tegenstelling tot hetgeen Robert B. Reich⁴ ooit heeft beweerd, zeker (nog) geen sprake. De meeste TNO's bezitten, ook al is een groot deel van hun aandelenkapitaal in "vreemde" handen (vooral dan beleggingsmaatschappijen en pensioenfondsen), nog altijd een commandostructuur die verbonden is met een bepaald land. Wie de Amerikaanse bedrijven wil nationaliseren, die krijgt automatisch Washington tegenover zich. Vandaar dat de gedachte verleidelijk is om de Verenigde Staten te beschouwen als het thuisland van de TNO's die in de wereld echt van tel zijn. Het gaat in dit geval dan om de TNO's die qua kapitaalbalans en omzet de wereldmarkten beheersen, dus niet noodzakelijk om firma's die hun logo's overal op de reclameborden hebben geplakt.⁵

De onder de wereldmerken varende commerciële imperia met hun vele onderaannemers en franchisenemers zijn uiterst kwetsbaar. De overheadkosten zijn gigantisch. Lokale smaken zijn soms resistent tegen de geëglobaliseerde smaken. Lokale kaasboeren kunnen bij voorbeeld via dezelfde marketingstrategieën en wat ophef hun geitenkaas als de "goede smaak" van de lokale consumenten mobiliseren tegen het geëglobaliseerde product.

Ook in de sector van de duurzame consumptiegoederen is de globalisering minder ver gevorderd dan de TNO's hadden gewild. De "wereldauto" is er nog altijd niet. Er zijn nog altijd sterk van elkaar verschillende Europese, Amerikaanse en Aziatische markten voor auto's. Producenten houden daar noodgedwongen rekening mee. Autofa-

brikanten in Europa en de Verenigde Staten produceren daarom hoofdzakelijk voor de eigen thuismarkten. Alleen de Aziatische producenten trachten markten buiten de eigen regio te veroveren door op prijs en kwaliteit te concurreren.

Sommige critici hebben in het recente verleden getracht om de huidige globalisering met macro-economische cijfers te relativiseren. Paul Krugman⁶ wees in 1996 in een geruchtmakend artikel op het feit dat de globalisering van de belangrijkste economieën eerder gering is. Slechts 13 procent van het Amerikaanse Bruto Binnenlands Product (BBP) wordt uitgevoerd. Zowat 70 procent van de Amerikaanse werknemers werkt in sectoren die niet concurreren met de wereldmarkt. Harry Magdoff⁷ heeft daarom gesteld dat de internationalisatie zich vooral in de financiële en niet in de industriële sector heeft voltrokken. Enkel de kleine en niet de grote geïndustrialiseerde landen zijn volgens hem sterk afhankelijk van de wereldmarkt. Maar ook hier moet men het begrip "wereldmarkt" nader relativiseren. Kleine landen in b.v. de EU exporteren hun producten en diensten vooral naar hun onmiddellijke buurlanden, dus in het eigen handelsblok.⁸ Als men de Verenigde Staten, Japan en de EU als aparte blokken beschouwt, dan ziet men dat ze elk slechts 12-13 procent van hun BBP exporteren buiten hun eigen regio.

Omwille van diverse redenen hebben deze drie grote economische blokken (of "triades") de neiging om vooral met de hen omringende minder ontwikkelde landen economische betrekkingen aan te knopen. Dat gebeurt omwille van geografische redenen (nabijheid) of omwille van historische verbondenheid wegens een gemeenschappelijk koloniaal verleden. De EU heeft onder impuls van Frankrijk de ex-koloniën niet losgelaten. Daar zorgen de Verdragen van Lomé voor. De EU heeft ook landen uit de Mediterrane periferie via associatieverdragen aan zich gebonden. Voorts breidt de EU zich steeds verder uit naar het oosten. De regionalisering gebeurt hier volgens geografische principes.⁹

Vooraf de rol van de directe investeringen vanuit de kapitalistische kernlanden in de periferie lijkt van cruciaal belang te zijn om de regionalisering

*De tijd van de merkloze
aardappel of banaan is
voorbij.*

te kunnen verklaren. De TNO's in de EU en de Verenigde Staten investeren bij voorkeur in het nabije buitenland om er te profiteren van gunstige belastingregimes en lage lonen. Dat verklaart het ontstaan van de NAFTA (North American Free Trade Agreement) of het opnemen van nieuwe lidstaten in de EU. De geschiedenis van de "Aziatische tijgers" is een variant op dit thema. Japan verplaatste al vroeg productielijnen naar landen in de eigen regio in de hoop zo aan bottlenecks te ontsnappen. Eerst werd een deel van de textielindustrie verplaatst, daarna volgde de sterk vervuulende staal- en chemische fabrieken en tenslotte gebeurde hetzelfde met veel toeleveringsbedrijven voor de assemblageindustrie. In navolging van Akamatsu Kaname¹⁰ (1896-1974) hebben vele onderzoekers dit proces ontrafeld door te wijzen op de combinatie van exportgeleide groei en staatsinterventie. Het beeld van een "vlucht wilde ganzen"¹¹ werd gebruikt om Japan als leider van een formatie Aziatische landen aan te duiden in hun vlucht naar de industrialisatie.¹² De opkomst van China als grote kapitalistische mogendheid in de regio heeft het beeld van de in formatie vliegende ganzen evenwel verstoord. China is immers geen economische vazal van Japan. Veel buitenlandse investeringen in de Chinese industrie komen uit Europa en de Verenigde Staten.

In het artikel van K. F. Au en N. Y. Chan wordt een poging gedaan om de globalisering van de Aziatische textiel- en confectie-industrie te onderzoeken. Comparatieve kostenvoordelen, zoals de neoliberalen beweren, zijn niet alleen zaligmakend, want door de regionalisering hebben zowel de Verenigde Staten met de NAFTA, als de EU een deel van hun textielindustrie in eigen regio gehouden. Vandaar dat de industrialisatiekansen van vele arme Aziatische landen worden gefnuikt. Ze worden immers van de koopkrachtige Amerikaanse en Europese markten zoveel mogelijk geweerd.

Regionalisering is in het verleden ook gezien als een hefboom voor economische ontwikkeling. Arme landen en regio's zouden zich moeten groeperen en een binnenmarkt scheppen, hun handel onderling liberaliseren en vreemde investeerders aantrekken om hun exportkansen te vergroten. In het artikel van Angel L. Viera-Tirado wordt dat probleem aan de orde gesteld door de regionale akkoorden in het Caribisch gebied onder de loep te nemen. Hieruit blijkt dat kleine arme en afhankelijke landen graag via associaties een goede band onderhouden met de koopkrachtige mark-

ten in Noord-Amerika en Europa. Een ogenschijnlijk achterhaald regionaal akkoord als de Caribbean Community (CARICOM) hebben ze nog niet opgegeven. Ook al zijn de Verdragen van Lomé en het Caribbean Basin Initiative (CBI) van wezenlijke belang wegens de hierdoor geschetste exportkansen naar de koopkrachtige markten in Europa en de Verenigde Staten. Uiteraard zijn dit soort relaties van ontwikkelingslanden met de dominante kapitalistische staten problematisch gebleken. Ze lijken de theorie van de *dependencia* eerder te bevestigen dan te ontcrachten.

NOTEN:

1. Dit treft men aan bij zowel de "andersglobalisten" als de neoliberale globalisten van het type Kenichi Ohmae. Zie Kenichi Ohmae, 'Putting global logic first', in Kenichi Ohmae (red.), *The Evolving global economy. Making Sense of the New World Order*, Boston: Harvard Business Review Book, 1995, blz. 129-137.
2. Linda Weiss, *The Myth of the Powerless State*, Cambridge: Polity Press, 1998; Linda Weiss (red.), *States in the Global Economy*, Cambridge: Cambridge University Press, 2003; Yahya Sadowski, *The Myth of Global Chaos*, Washington DC: Brookings Institution Press, 1998; Paul Hirst en Graham Thompson, *Globalization in Question*, Cambridge: Polity Press, 2000; Susan Strange, *The Retreat from the State. The Diffusion of Power in the World Economy*, Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
3. De jaarranglijst *The 100 Top Brands* opgesteld door *Business Week* (www.businessweek.com) laat zien dat de top-vijf van het merkenoverzicht in handen is van Amerikaanse bedrijven. De lijst wordt aangevoerd door Coca-Cola (70,45 miljard dollar). Microsoft staat op de tweede plaats, gevolgd door IBM, het conglomeraat General Electric en de chipmaker Intel. De vijf Amerikaanse bedrijven vertegenwoordigen samen een waarde van ruim 260 miljard dollar. De eerste Europese firma op de lijst is Nokia op de zesde plaats. Dan volgen weer drie Amerikaanse firma's: Disney, McDonald's en Marlboro op zeven, acht en negen. Mercedes staat op tien.
4. Hij was ooit minister van Arbeid onder Bill Clinton. Zie Robert B. Reich, 'Who is us?', in Kenichi Ohmae (red.), *aw.*, blz. 141-160; idem, 'Who is them?' in *ibid.*, blz. 161-181.
5. Omdat marketing een cruciale rol speelt in het ontwikkelen van "markten", dus bij het realiseren van de geproduceerde meerwaarde, is het ook mogelijk om met behulp van een goede marketingstrategie uit het "niets" met behulp van een logo een handelsimperium op te bouwen. Investerings in verkooppunten worden dan veelal voorgeschoten via franchisenemers die de cola's bottelen of de hamburgers verpakken.
6. Paul Krugman, 'Stable prices and fast growth: just say no', *The Economist*, 31 augustus - 6 september, 1996, blz. 17-20.

7. Harry Magdoff 'Globalization – To what end?', in R. Miliband en L. Panitch (red.), *Socialist Register*, Londen: The Merlin Press, 1992, blz. 44-75.
8. De Belgische export gaat voor 81 procent naar Europa, voor 8,5 procent naar Azië, voor 7,4 procent naar Amerika, voor 1,9 procent naar Afrika en voor 0,5 procent naar Oceanië.
9. Als die geografische criteria strijdig zijn met ideologische voorkeuren, dan wil men graag Turkije uitsluiten van lidmaatschappij omwille van godsdienstige redenen.
10. Hij studeerde eerst in Nagoya en daarna in Berlijn, Heidelberg en Harvard. Zijn model was grotendeels afgeleid van de industrialisatietheorie van Friedrich List, d.w.z. uit de export moet men primair de import van kapitaalgoederen financieren om de eigen groei te bevorderen.
11. Pekka Korhonen, 'The theory of the flying geese pattern of development and its interpretation', in *Journal of Peace Research*, vol. 31, 1994, blz. 93-108.
12. Stephan Haggard, *Pathways from the Periphery: The Politics of Growth in the Newly Industrializing Countries*, Ithaca en Londen: Cornell University Press, 1990.

A A N K O N D I G I N G

De Volkshogeschool Brugge organiseert, met ondersteuning van IMAVO vzw, in de reeks

DE OOGST VAN DE 20 ste EEUW

een lezing over:

John Maynard Keynes: "General theory on employment, interest and money" (1936)

Kennelijk geïnspireerd door de rampspoedige economische toestand, die teweeggebracht werd door de grote depressie van de jaren dertig, tracht Keynes (1883 - 1946) in dit werk de grondslagen zelf van het traditionele economische denken en van de economische theorie te herzien. De klassieke visie houdt voor dat het aanbod zijn eigen vraag scheidt en dat er bij voldoende flexibiliteit van lonen en prijzen natuurlijke krachten werkzaam zijn die het economische evenwicht met volledige tewerkstelling herstellen. Keynes stelt dat deze situatie niet automatisch wordt bereikt, maar dat het peil van het nationaal inkomen en de graad van de tewerkstelling bepaald worden door het verloop van de koopkrachtige vraag en de daaruit voortvloeiende investeringen. Daarop moet de overheid ingrijpen, hetzij door het aanmoedigen van de consumptie, hetzij door het scheppen van nieuwe investeringsmogelijkheden (programma's van openbare werken bijvoorbeeld). De investeringen spelen een strategische rol binnen het keynesiaanse systeem.

Keynes' aanval op de klassieke economen geldt niet alleen hun theorie, maar ook hun doctrine; het volledige laissez-faire is onhoudbaar. Hij blijft groot belang hechten aan het privé-initiatief, maar wil voor de staat grotere mogelijkheden tot globale besturing van het economische leven. Zijn visie kan beschouwd worden als een compromis tussen de geleide economie en het liberalisme.

Lesgever: Glenn Rayp (professor economie aan de Universiteit van Gent)

Datum: donderdag 2 oktober 2003 om 19u30

Plaats: De Volkshogeschool Elcker-Ik, Bалиestraat 58 te 8000 Brugge

Nodig: Om organisatorische redenen is het nodig dat men zich ten laatste 14 dagen op voorhand inschrijft.

Dit kan telefonisch gebeuren op het nummer: 050/33.01.12