

OPINIE

WILMA WIND,

Cao-coördinator van de vakcentrale FNV, over de toplopen van CEO's

'Dit is de laatste kans. Als het bedrijfsleven de topinkomens nu niet aanpakt, merkt het de gevolgen in het cao-seizoen in 2009.'

Het Financieel Dagblad

BARACK OBAMA,

Amerikaans presidentskandidaat, over enkele voorgangers

'Ik denk dat Ronald Reagan de ontwikkeling van de Verenigde Staten heeft veranderd, op een manier waarbij de impact van Richard Nixon en eigenlijk ook Bill Clinton verbleken.'

The Wall Street Journal

MAUS VAN LOON,

Directeur Electrabel Nederland, vindt 20% schone energie tegen 2020 onmogelijk

'Dan moeten we heel Nederland volzetten met windmolens.'

FEM Business

WOENSDAG 23 JANUARI 2008

GLOBALISERING India toont met Tata Nano hoe het via kennis-economie uitgroeit tot productiegrootmacht

INDIA GEDIJT IN DE BLINDE VLEK VAN HET WESTEN

Van de Tata Nano werd iets te snel alles op een rijtje gezet in het Westen. 'De auto kost 2.500 dollar (1.700 euro), hij ziet er niet uit en het zou best wel eens een slag in het water kunnen zijn.' Wie dat denkt, dwaalt. We zouden er goed aan doen te beseffen dat India zijn kennis-economie beter inzet dan China, en dat er een productiepletwals op ons afkomt. Gelukkig maar dat India duurzamer denkt.



Ashutosh Sheshabalaya

Technologieanalist

De Tata Nano zal ons niet meteen als een tsunami verrassen. Maar het project onderstreept wel hoe India zijn troeven in de kennis-economie als hefboom gebruikt om uit te groeien tot een productiegrootmacht. Daarmee staat het land diametraal tegenover China. En binnenkort zal India met nog meer verrassingen op de proppen komen. Voor het eerst zullen ook afgeleiden van de Nano - zoals de Indiase Reva, een van 's werelds meest succesvolle elektrische auto's - geleidelijk aan op de Europese en Amerikaanse markt te koop zijn.

Nu India erin geslaagd is zijn globale kennis-economie als een Wal-Mart op de kaart te zetten (dankzij een combinatie van waarde en volume, talent en schaal), zou de impact van de Indiase economie op de wereldwijde productie wel eens enorm kunnen zijn. Maar net als de Nano zelf, waarvoor ongeveer veertig patenten zijn neergelegd, is dat allemaal niet zo plots gekomen. Uiteindelijk zijn IT, engineering, design, de snelle realisatie van een prototype, gestroomlijnde productie en maatwerk op grote schaal nauw met elkaar verbonden.

ONDERZOEK EN ONTWIKKELING

Hoe valt anders te verklaren dat uiteenlopende bedrijven als GE, General Motors, Alstom, Boeing, Flextronics, Shell en Sanofi India beschouwen als het centrum van hun globale inspanningen in onderzoek en ontwikkeling? Cummins stelde vast dat de troeven van zijn Indiase designcentrum ervoor zorgen dat het twee keer zo snel met nieuwe modellen kan uitpakken als vroeger.

Intussen zijn de troeven van Tata Group als technologieconcern voldoende bekend. Nochtans is het de media volledig ontgaan dat het Tata zeven jaar heeft gekost om vanaf nul zijn eerste auto, de Indica, te bouwen. De Indica is samen met de Tata Safari SUV voor delen van Europa nieuw, vooral in Groot-Brittannië, waar een rebrandversie van de Indica als CityRover wordt verkocht. En er is ook de glamourzijde. Ferrari werkt nauw samen met Tata, zowel voor IT, technisch design en ondersteuning. Sinds ettelijke jaren hangt zowel Jaguar als Land Rover (omwille van de overname door Tata), net als Nissan en tal van andere autobedrijven af van INCAT, een dochterbedrijf van Tata dat zich bezighoudt met technisch design.

Dus opent de wereld maar beter zijn ogen voor de Indiase productiepletwals. Het wordt ook boeiend om toe te kijken wanneer Tata zijn troeven in de traditionele productie van trucks in India toevoegt aan de vrachtwagenbusiness van Daewoo in Korea. Intussen breidt de familie Tata haar actierrein uit naar designfaciliteiten in Spanje, staalbelangen in Europa, India en Zuidoost-Azië, een geplande autocarfabriek in Senegal, enzovoort: van de Nano, over Land Rover tot Jaguar.

NIUWE ECONOMIE

Dit alles is een illustratie van twee principes van de nieuwe economie van de 21ste eeuw. Weinigen zullen op dit vlak met India kunnen concurreren, zeker niet het Westen met zijn hogekostenstructuur. In de IT-wereld begint die trend ietwat op een parodie te lijken. Telkens geruchten ontstaan over een In-



De Tata Nano is slechts de eerste in een reeks Indiase productie verrassingen die op het Westen afkomen.

FOTO: AFP

dijs bod, zakt op de Parijse beurs de aandelenkoers van CapGemini, het grootste Europese IT-dienstbedrijf. Het omzetsijfer van CapGemini bedraagt tweemaal meer dan dat van de grote Indiase IT-bedrijven. Maar dat doet er weinig toe. De marktwaarde, vooral de winstgevendheid en de groei zijn slechts een fractie van die van de Indiase IT-bedrijven. Dat werpt meteen ook een ander licht op de toekomst.

Het was Tata Steel dat dit nieuwe Indiase principe demonstreerde toen het Corus, een vele malen grotere Europese staalproducent, overnam. De acquisitie maakte korte metten met het begrip 'Big is beautiful', een van de belangrijkste regels in de economie van de 20ste eeuw. Het hoeft dus ook niet verwonderd dat Tata zijn kleine wonder Nano doopte.

India wil geen zaken verbergen. Het Westen kijkt gewoon liever niet van dichtbij toe.

En Tata is niet alleen. Andere Indiase bedrijven volgen. Na de orkaan Katrina oogstten de tractoren van Mahindra in heel Louisiana lof vanwege hun robuustheid en betrouwbaarheid. Kleinere Indiase bedrijven in sectoren als duurzame energie, chemie, geneesmiddelen tot juwelen, elektrische lampen, brandstofcellen en textiel begeven zich eveneens op overnamepad. Zij focussen niet zozeer op het verwerven van prestigemerken maar eerder op het invullen van de leemtes in hun wereldwijde netwerk van centra voor waardecreatie en supply chains. INCAT van Tata is daar een voorbeeld van.

Nochtans slagen de westerse media erin te verkondigen dat onze planeet is veroordeeld zodra miljoenen Indiërs en Chinezen een auto kunnen aanschaffen. Toch is er momenteel slechts één auto beschikbaar voor ongeveer duizend Indiërs, terwijl in de Verenigde Staten de verhouding drie auto's per vier personen is.

GOEDE GEWOONTEN

Evenwel is India geneigd om onze goede nieuwe gewoonten te evenaren in plaats van onze slechte oude. Dat is weliswaar schaatsen op het dunne ijs van de moraal.

Dergelijke diepgewortelde veronderstelling is uiteraard symptomatisch voor het hele debat in de westerse media over de verschuiving van de economische grootmachten. Dat debat houdt geen rekening met het feit dat India zijn eigen goede nieuwe gewoonten heeft. Zo beschikt India over 's werelds grootste openbaarvervoersysteem. Het jaarlijkse passagiersvolume van Indian Railways evenaart de wereldbevolking. Het treinvervoer is zwaar gesubsidieerd om de

meeste Indiërs de kans te geven er gebruik van te maken.

Ook wordt over het hoofd gezien dat India enorme inspanningen levert om te zoeken naar alternatieven voor fossiele brandstoffen. Zo was India het eerste land met een ministerie voor Duurzame Energie. Voor windenergie prijkt India op de vierde plaats en heeft het al vijf jaar een voorsprong op China. Ook verdeelde India 30 miljoen ultra-efficiënte fornuizen, wat de behoefte aan hout als brandstof in landelijke gebieden sterk deed verminderen. Bovendien sluit India metaalverwerkende en chemische fabrieken, legt het de Europese vervuilingnormen voor voertuigen op en schakelt het openbaar vervoer van New Delhi over op Compressed Natural Gas (CNG). En dat zijn maar enkele zaken.

RUITTEVAART

Ondanks het negatieve beeld van India doet het land het vrij goed, vooral in vergelijking met China, dat ten koste van alles wil groeien. Of gewoonweg in vergelijking met het Westen, dat zonder nadenken aan overconsumptie blijft doen. Uiteindelijk zal de impact van de Nano op de globale automarkt gering zijn vergeleken met wat de kleine auto in de wereld van de engineering teweeg zal brengen. En die impact zal niet tot de sector van de automobiellindustrie beperkt blijven.

Vermeldenswaard is het Indiase ruimteprogramma, dat draagraketten produceert van het niveau van de Europese Ariane-IV en dat een generatie voorsprong heeft op de Braziliaanse raketten. En dan vergeten we nog dat het Indiase ruimteprogramma slechts een derde kost van het advertentiebudget van

Coca-Cola. India kan voorts bogen op het grootste nationale communicatiesysteem, op waarnemings satellieten en satellieten voor bijzondere doeleinden zoals onderwijs op afstand en 's werelds eerste e-Health-satelliet.

LENDENDOEK

Maar nog eens: deze monumentale technologische ontwikkeling vindt plaats in de 'blinde vlek' van het Westen. Het is niet dat India zaken wil verbergen. Nee, het zijn de westerse landen die liever niet van dichtbij kijken. Zij verkiesen natuurlijk een India dat als Gandhi in een lendendoek gehuld gaat. Maar de tijden veranderen zeer snel.

Uiteraard is het zo dat de Nano slechts een fractie kost van wat gelijkaardige projecten elders in de wereld zouden kosten. Maar een belangrijker vraag voor de wereld is de volgende: wie anders dan de familie Tata heeft daarover nagedacht en beschikt over het nodige talent en de capaciteiten?

Kijk dus maar uit naar andere blinde vlekken van het industriële Westen met zijn decennialange superioriteit op het vlak van onderzoek en marktpositie. De leiders van de Indiase industrie zullen ze uitbuiten.

© The Globalist

Ashutosh Sheshabalaya is technologieanalist, consultant en auteur van 'Rising Elephant: The Growing Clash With India Over White-Collar Jobs and its Challenge to America and the World' (2004).

Reageren? opinie@tijd.be



COLUMN

Ivan Van de Cloot

Vertrouwen en de kredietmarkt

Wie het stormachtige verloop van de financiële markten de afgelopen tijd heeft gevolgd, weet dat er een vertrouwenscrisis heerst die haar oorsprong vindt in de Amerikaanse hypotheek- en vastgoedmarkt. Niet alleen werden zogenaamde rommelkredieten verleend, wat op zich al minimaal een schending van ethische en wellicht ook wettelijke normen is. Bovendien werden ze hervestigd en doorgegeven als een hete aardappel. Niets van dat alles is erg fraai en ongeacht de directe economische schade toegebracht door een inkrampende woningmarkt heeft de crisis een klap toegebracht aan dat deel van de economie waar vertrouwen primordiaal is, namelijk de kredietmarkt.

Sociale wetenschappers zijn er meer dan ooit van overtuigd dat vertrouwen dan ooit van overtuigd dat vertrouwen een maatschappij voortvarend te maken. Als er een te groot wantrouwen heerst over het feit dat de ander zijn deel van de overeenkomst zal nakomen, dan blokkeert het economische systeem. Vertrouwen behoeft een minimale vorm van wettelijke afdwingbaarheid van contracten en dergelijke, maar in een goed draaiende economie begrijpt iedereen dat die stok achter de deur alleen nodig is in uitzonderlijke gevallen.

Normaal gezien bevest iedereen dat het op lange termijn loont je te houden aan de overeenkomst. Het grootste deel van de verschillen in economische welvaart tussen bijvoorbeeld België en Zimbabwe is niet te verklaren door enge economische concepten als infrastructuur en de aanwezigheid van grondstoffen, maar door veel subtiele factoren als het naleven van eigendomsrechten en meer algemeen het niveau van vertrouwen. Vertrouwen dat veel verder reikt dan buren die elkaar een eenvoudig gebruiksvoorwerp uitleenen omdat ze elkaar kennen. Het gaat eerder om een geïnstitutionaliseerde vorm van vertrouwen waardoor transacties kunnen plaatsvinden zonder veel voorzorgen te moeten nemen tegen de mogelijke onbetrouwbaarheid van de tegenpartij.

Een historisch voorbeeld over de impact van wantrouwen hebben we te danken aan Karl Marx, die opmerkte dat Londense gezinnen wit brood begonnen te verkiesen boven donker brood omdat de kwaliteit van dat laatste moeilijker controleerbaar was. Inderdaad bleek uit de resultaten van verschillende commissies dat in donker brood zaken gevonden werden als kalk, aluin en steengruis. Het was pas toen de overheidscontrole op de voedselkwaliteit toenam dat er meer vertrouwen kwam in de voedselveiligheid. In België hebben we enige jaren geleden met de dioxinecrisis nog gezien dat wantrouwen over de voedselveiligheid zelfs een regering kan doen vallen.

Vertrouwen is misschien in geen enkele sector zo belangrijk als in de kredietmarkt. De econoom Joseph Schumpeter definieerde kapitalisme in 1939 zelfs als een economie gebaseerd op private eigendom waarin innovaties ge-

financierd worden door geleend geld. Essentieel is om in te zien dat een efficiënte kredietmarkt de Siamese tweeling is van een liquide markt: de twee kunnen niet zonder elkaar. De crux is nu net dat liquiditeit enkel voorhanden is als er vertrouwen is.

Liquiditeit is een essentiële eigenschap van activa zoals aandelen en obligaties. Het gaat om de mogelijkheid snel te verkopen met lage transactiekosten tegen een prijs dicht tegen de fundamentele waarde van het activum. Markten zijn intrinsiek onderhevig aan wat economen netwerkexternaliteiten noemen: mijn mogelijkheid om te verkopen is afhankelijk van de kans om op dit punt een koper te vinden die de fundamentele prijs van het activum wil betalen. De netwerkexternaliteit bestaat er nu net in

dat indien ik oordeel dat de kans hoog is dat ik in de toekomst een dergelijke koper zal vinden, er niets me belet om vandaag te kopen. Indien de meeste marktparticipanten dergelijk geloof aanhangen, dan zal de markt vandaag reeds liquide zijn. Als er echter overmatig pessimisme heerst over de mogelijkheid om in de toekomst te kunnen verkopen aan de fundamentele waarde, dan is de markt illiquide. Dit betekent dat overtuigingen zelfvullend kunnen worden.

Nu is het zo dat wanneer de economie zich in een negatieve (illiquide) situatie bevindt, er een argument is voor een centrale bank om de markt liquide te maken door gebruik te maken van haar geldcreatiecapaciteit. Die argumentatie komt erop neer dat liquiditeit een publiek goed is dat niet zomaar aan de markt kan worden overgelaten. Uiteraard kunnen private banken ook liquiditeit verschaffen: hun basistaak is net (illiquide) langetermijnkrediet te verlenen via het aantrekken van liquide korttermijnsparingen. Dit is de looptijdtransformatiefunctie van het commercieel bankstelsel.

Het zou sociaal inefficiënt zijn te eisen dat voor elke euro die geïnvesteerd wordt in een illiquid activum (zoals een ondernemer doet in zijn bedrijf) een euro op een bankrekening als tegenwaarde wordt geplaatst. Het bankkanaal dat toelaat met een beperkte hoeveelheid basisgeld de economie op een hoger niveau te brengen via de hefboom van het krediet, vereist dus bijna per definitie dat in tijden van wantrouwen - zoals recent op de interbankenmarkt - het de taak is van de centrale bank is om liquiditeiten te verschaffen.

Dit is geenszins een vrijgeleide voor onverantwoord beleid door private instellingen, maar louter correctie van een marktfaling. Onlangs hebben we kunnen vaststellen dat de Europese Centrale Bank dat alles erg goed begrijpt en haar rol naar behoren vervult, in tegenstelling tot andere centrale banken die te laat handelden (de Bank of England) of die in het verleden roekeloos gedrag stamperden (de Federal Reserve).

Ivan Van de Cloot is econoom bij ING België.

De Tijd

HOOFDREDACTEUR
Frank Demets
(hoofdredacteur@tijd.be)

ADRES
Mediafin, Havenlaan 85c, bus 309
1000 Brussel
Tel. +32 (0)2 423.86.11 op werkdagen van 8u30 tot 18u

ABONNEMENTEN & DISTRIBUTIE
Tel. +32 (0)2 423.86.33
Fax +32 (0)2 454.28.32
abo@tijd.be

REDACTIE
Tel. +32 (0)2 423.86.40
Fax +32 (0)2 423.86.15
Lezers: lezers@tijd.be
Persberichten: persberichten@tijd.be
Opinie: opinie@tijd.be

POSTREKENING
Uitgeverij De Persgroep
0000-002559-71
BTW-NUMMER
404.800.301

ADVERTENTIES
Trustmedia
Tel. (0)2 422 05 11
Fax (0)2 422 05 10
adinfo.be@trustmedia.be

mediafin

DE TIJD is een uitgave van Mediafin

ALGEMEEN DIRECTEUR
Dirk Vlieghe

REDACTIE DIRECTEUR
Frederik Delaplace

DIRECTEUR PUBLICATIES
Geert Wellens

FINANCIËEL DIRECTEUR
Tom Endrès

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER: DIRK VIEGHE, HAVENLAAN 85C, BUS 309, 1000 BRUSSEL