

Boekbespreking

R. de Bondt en L. Sleuwaegen

'Innovatie en Multinationals'

Universitaire Pers Leuven, 1988, 128 pp.
Prijis Bfrs. 700

Dit boek beoogt de innovatieve activiteiten van multinationals en binnenlandse bedrijven in België te verduidelijken aan de hand van onder andere hun onderscheiden strategische positioneringen en van de Schumpeteriaanse hypothesen met betrekking tot de omvang van de onderneming en de marktperfecties. De technologie is volgens goed gebruik in de moderne externe organisatietheorie niet exogeen gegeven, maar wordt bepaald door de markt en het institutionele kader. De gebruikte speltheoretische modellen incorporeren dit uitgangspunt. De auteurs laten het niet bij theoretische analyses, doch hebben ook uitgebreid empirisch werk gedaan.

De opzet van het boek en de resultaten zullen nu worden samengevat. Deel één schetst het belang van multinationals en innovaties voor de verschillende bedrijfstakken in de Belgische economie en vergelijkt dit met de situatie in andere landen. Het tweede deel analyseert de innovatieve strategieën van multinationale en binnenlandse ondernemingen. Als empirische verificatie zijn de data uit enquêtes bij high-tech ondernemingen gebruikt. Het blijkt dat zij tot verschillende strategische groepen behoren. De binnenlandse bedrijven concentreren zich op kleine marktopeningen en produktdifferentiatie, zodat ze minder nadruk dienen te leggen op innovatie. De prestaties van beide soorten bedrijven komen met elkaar overeen. Deel drie toont dat door de overheid gesubsidieerde R & D niet de bedrijfsgefinancierde R & D heeft verdrongen, maar deze R & D heeft gestimuleerd, ongeacht het soort bedrijf. Variabelen die bedrijfstakspecifiek zijn blijken een significante rol te spelen. Slechts twee opmerkingen zijn over dit degelijke boek te maken. Het zou aardig geweest zijn als de enquête die aan

de basis van de resultaten in deel twee ligt was opgenomen als bijlage. De toelichting op de specificatie van de regressievergelijking aan het begin van hoofdstuk vier had wat uitvoeriger kunnen zijn. Er wordt nu verwezen naar andere publikaties. Dit laat de lezer met enige vragen zitten, vooral met betrekking tot de variabele overheidssteun.

Het verloop van de R & D-uitgaven als functie van de overheidssteun is niet duidelijk als de overheidssteun gering is, zeker ook indien een eerder geformuleerde conclusie in ogenschouw wordt genomen. Dit neemt echter niet weg dat er goed werk is geleverd. De veelal theoretische externe organisatie-literatuur hebben de auteurs gebruikt om met behulp van een eenvoudig speltheoretisch model de verschillende aspecten van innovaties en multinationals te analyseren. Men heeft daarenboven het model ook geschat en beleidsaanbevelingen gedaan. Het boek geeft een goed leesbare analyse van de gehele problematiek en is aan te bevelen voor academici en beleidsmakers.

Dr. G. W. J. Hendrikse

Boekbespreking

Jean Tirole

The Theory of Industrial Organization

The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1988, 479 pagina's
ISBN 0-262-20071-6
Prijis \$ 48.

Externe organisatie is traditioneel geassocieerd met het structure – conduct – performance – paradigma van Bain. Dit hield in dat marktstructuur (het aantal en de grootte van verkopers in de markt, de mate van produktdifferentiatie, de kostenstructuur, de mate van verticale integratie enzovoort) marktgedrag (prijs, R & D, investeringen, reclame, enzovoort) bepaalt en marktgedrag bepaalt marktperformance (allocatieve efficiëntie, prijs versus marginale kosten, produktvariëteit, mate van innovatie, winsten en verdeling). Dit paradigma benadrukte empirisch werk. Een groot probleem van dit paradigma is de causale relatie van marktstructuur marktgedrag. Marktgedrag bepaalt ook gedeeltelijk marktstructuur.

Het centrale onderzoeksthema in de externe organisatie gedurende de afgelopen vijftien jaar is het endogeen determineren van de structurelementen van en het gedrag in een bedrijfstak geweest. Deze literatuur is voornamelijk theoretisch van aard en heeft als uitgangspunt de winstmaximaliserende gedragshypothese van ondernemingen. De keuze van de optimale strategie van de onderneming, de marktstructuur en het marktgedrag worden bepaald door de karakteristieken van de economische omgeving met behulp van een evenwichtconcept. Men denke bij de karakteristieken van de economische omgeving onder andere aan de beschikbare technologie, het aantal en de omvang van (potentiële) concurrenten en de informatiestructuur. Eén van de meest vooraanstaande theoretici heeft de resultaten van deze literatuur nu uitmuntend samengevat.

Het is gezien de omvang van een boek-