



Locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen in Indonesië

**Een onderzoek naar het locatiekeuzeproces
op drie ruimtelijke schaalniveaus**

J.M.W. Koenders

**Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Groningen, 2010**

DRINKT JAVA - BIER

N.V. NEDERLANDSCH INDISCHE BIERBROUWERIJEN - SOERABAJA

“Locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen in Indonesië”

Een onderzoek naar het locatiekeuzeproces op drie ruimtelijke schaalniveaus.

Master Thesis.
Ter afronding van de Master Economische Geografie,
aan de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
van de Rijksuniversiteit Groningen.

Uitvoering onderzoek:
Joris Michaël Willem Koenders
Master student, Economische Geografie
S1631721

Begeleider:
Prof. dr. P.H. Pellenbarg
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Rijksuniversiteit Groningen

Samenvatting

Dit onderzoek is verricht ter afronding van de Master opleiding Economische Geografie aan de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen.

In de laatste decennia zijn er steeds meer ondernemingen die internationaliseren. Maar internationalisatie is geen nieuw fenomeen. Al meer dan honderd jaar vestigen Nederlandse ondernemingen zich in Indonesië. De lange historische band tussen Nederland en Indonesië en de huidige politieke en economische omstandigheden in Indonesië, maken het interessant inzicht te verkrijgen in het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië. Het achterhalen en beschrijven van vestigingsplaatsfactoren die spelen op de verschillende ruimtelijke schaalniveaus krijgt binnen dit onderzoek veel aandacht.

Het locatiekeuzeproces is een proces waarbij een onderneming keuzes maakt ten aanzien van de vestigingsplaats. Deze keuzes worden gemaakt door het beoordelen van vestigingsplaatsen aan de hand van een eisenpakket, dat gesteld wordt door de onderneming. Het betreft hier de beoordeling van vestigingsplaatsfactoren. Veelal worden erop verschillende ruimtelijke schaalniveaus keuzes gemaakt en kent ieder schaalniveau zijn eigen vestigingsplaatsfactoren. Wanneer er binnen het locatiekeuzeproces gekozen wordt zich te vestigen in een ander land is er sprake van een internationaliseringsproces. Internationaliseringstheorieën beschrijven de factoren die ten grondslag liggen aan het ontstaan en verloop van dit proces. Locatietheorieën verklaren en beschrijven de locatiekeuze en de besluitvorming in dit proces. Deze theorieën vormen het theoretisch kader van dit onderzoek.

Door een beschrijving te geven van enkele belangrijke gebeurtenissen in en kenmerken van Indonesië wordt inzichtelijk hoe de factoren die in het theoretisch kader zijn genoemd er uitzien in Indonesië. De politieke geschiedenis van Indonesië laat zien hoe Nederlandse ondernemingen mogelijkheden en beperkingen ondervinden bij het zich vestigen in Indonesië. Maar ook hoe economische en institutionele omstandigheden invloed hebben op de ontwikkeling van regio's en de locatiekeuze van ondernemingen.

Zowel het theoretisch kader als de achtergrondinformatie over Indonesië zijn van belang geweest voor de uitvoering van dit onderzoek. Het uitvoerende deel van dit onderzoek heeft plaatsgevonden in Indonesië. Daar hebben twintig interviews plaatsgevonden voor het verkrijgen van de benodigde data in dit onderzoek. Deze interviews hebben voornamelijk plaatsgevonden in Jakarta waar de meeste Nederlandse ondernemingen zich hebben gevestigd. Verder zijn er nog enkele plaatsen op Java en Bali bezocht. De respondenten zijn werkzaam voor (Nederlandse) ondernemingen of (overheids) instanties in Indonesië. De kwalitatieve vorm van data verzameling resulteert in een dieper inzicht in de betekenis van de antwoorden die door respondenten worden gegeven. Deze resultaten zijn middels een protocolanalyse verwerkt en geanalyseerd, waarna de conclusie is geformuleerd.

De onderzochte ondernemingen in dit onderzoek investeren voornamelijk in de sectoren: industrie, groothandel en zakelijke dienstverlening. Andere sectoren zijn: telecommunicatie, civiele techniek en recreatie. De handelsgeschiedenis van deze ondernemingen loopt uiteen van meer dan 100 jaar tot zeer recent gevestigd. De positie die een vestiging in Indonesië inneemt binnen de (wereldwijde) onderneming is verschillend. Ook het aantal en de spreiding van vestigingen verschilt tussen ondernemingen. Deze kan zowel een inkoop, verkoop als productie functie vervullen en kan in meer of mindere mate afhankelijk zijn van andere vestigingen. Soms heeft de onderneming geen andere vestigingen (meer).

De intentie van een onderneming om zich te vestigen in Indonesië neemt toe naar mate de onderneming meer kennis en ervaring opdoet m.b.t. de (markt) omstandigheden in Indonesië. Veel ondernemingen doen deze kennis en ervaring op door bestaande klanten naar andere landen te volgen of door de export van producten. Een onderneming wil zicht hebben op de omvang van de markt of de

aanwezigheid van grondstoffen. Het te behalen marktaandeel, winstgevendheid en toekomstige vooruitzichten zijn hier doorslaggevend bij. Deze vestigingsplaatsfactoren zijn bepalend voor de keuze van een land. Maar kunnen ook direct bepalend zijn voor de regio, de keuze voor het land komt dan voort uit de keuze voor de regio.

De keuze voor een regio wordt gebaseerd op vestigingsplaatsfactoren die betrekking hebben op de markt, infrastructuur en leefomgeving. Op de afzetmarkt georiënteerde ondernemingen bepalen de keuze voor de regio voornamelijk op de nabijheid en hoeveelheid van grote (potentiële) klanten. De kwaliteit en kwantiteit van verbindingen met andere regio's en landen wordt erg belangrijk gevonden. De beoordeling hiervan gebeurt door dit in relatie te zien tot andere regio's. Op de export van grondstoffen georiënteerde ondernemingen kiezen voor de regio waar de grondstoffen gedolven worden of centraal samen komen. Het lijkt erop dat naarmate de locatie van een onderneming van minder belang is voor het kunnen uitvoeren van de bedrijfsactiviteiten, het belang van leefomgevingsfactoren toenemen bij de locatiekeuze. Het gaat hier zowel om de aanwezigheid van familie leden als het voorzieningen niveau in de regio. De meeste Nederlandse ondernemingen kiezen voor de regio rondom Jakarta om daar één of meerdere vestigingen te openen.

De vestigingsplaatsfactoren die belangrijk zijn bij de keuze voor de vestigingslocatie van de onderneming hebben betrekking op: bereikbaarheid en eigenschappen van het pand of terrein. Bereikbaarheid moet worden gezien ten opzichte waarvan de onderneming bereikbaar wil zijn. Dit verschilt tussen ondernemingen. Het gaat hier om de bereikbaarheid ten opzichte van: leveranciers, klanten, partners, andere vestigingslocatie's en regio's, havens en de woonlocatie. De nabijheid van klanten en verbindingswegen is daarom essentieel. Er zijn tal van vestigingsplaatsfactoren die betrekking hebben op het pand of terrein. Deze hebben voornamelijk betrekking op kosten, de geschiktheid om werkzaamheden uit te voeren en de uitstraling van de vestigingslocatie.

Tijdens het locatiekeuzeprocess maakt de onderneming gebruik van diverse informatiebronnen. Deze informeren de onderneming, maar de uiteindelijke keuze wordt door de onderneming zelf gemaakt. Ondernemingen ondervinden dan ook geen invloed van instanties en organisaties tijdens het locatiekeuzeprocess. Het contact met de overheidsinstantie die investeringsaanvragen beoordeelt verschilt tussen ondernemers. Dit zelfde geldt voor contacten met de Nederlandse Kamer van Koophandel in Indonesië.

Dit onderzoek richt zich ook op het investeringsklimaat van Indonesië. Het investeringsklimaat wordt op een aantal punten ongunstig bevonden. Toch zijn er ondernemingen die investeren in Indonesië en onder deze ongunstige omstandigheden werkzaam zijn. Voor andere ondernemingen kunnen deze ongunstige factoren de reden zijn waarom zij zich niet hebben gevestigd in Indonesië. Deze ongunstige factoren hebben betrekking op regelgeving, bureaucratie en corruptie. Verder zijn er een aantal infrastructurele knelpunten genoemd op het gebied van wegen, havens en voorzieningen. Ook de arbeidsmarkt wordt op een aantal punten ongunstig gevonden en milieu verontreiniging wordt genoemd. Er is ingegaan op de gevolgen van de decentralisatie voor de ontwikkeling van regio's en veranderingen voor de locatiekeuze van ondernemingen. De gevolgen voor de regio's worden zowel positief als negatief bevonden. Verandering in de locatiekeuze ten gevolgen van de decentralisatie worden door Nederlandse ondernemingen in de nabije toekomst niet of nauwelijks voorzien.

Er zijn zowel verschillen als overeenkomsten tussen de locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen in Indonesië en hun concurrenten. Deze komen voor op het lokale, regionale en nationale schaalniveau. De redenen hiervoor zijn uiteenlopend. Het moment waarop de locatiekeuze is gemaakt verklaart soms deze verschillen en overeenkomsten. Locatiekeuzes op hetzelfde moment laten overeenkomsten zien. Locatiekeuzes op verschillende momenten zijn onderhevig aan verschillende omstandigheden waardoor deze verschillen kunnen vertonen.

Verhuizingen van Nederlandse ondernemingen in Indonesië vinden voornamelijk plaats binnen de regio waar de onderneming gevestigd is. De reden om te verhuizen heeft meestal te maken met veranderde omstandigheden in de bereikbaarheid, ruimte behoefte of huurprijzen. Binnen Jakarta heeft

dit er toe geleid dat ondernemingen vanuit de (drukke) binnenstad verhuizen naar de ringweg. Een Nieuwe afzetmarkt in andere regio's kan leiden tot een uitbreiding van de vestigingslocaties. Mogelijk breiden ondernemingen zich in de toekomst uit naar regio's met grote steden of Bali. Maar hoge investeringskosten, verhuiskosten en een gebrek aan alternatieve vestigingsplaatsen weerhoudt ondernemingen ervan te verhuizen.

*"The use of travelling is to regulate imagination by reality,
and instead of thinking how things may be, to see them as they are."*

Johnson, 1773

Voorwoord

Al reizend door verschillende landen in de wereld heb ik met verwondering om mij heen gekeken. Ik zag vele sociale, culturele en economische verschillen in de wereld. Het beeld dat ik van de wereld kreeg veranderde door de ervaringen die ik op deed tijdens deze reizen. Niet alleen het beeld dat ik van andere landen had veranderde hierdoor, maar ook dat van het land waarin ik leef. Het citaat van Samuel Johnson geeft mooi weer wat voor mij reizen betekent maar slaat ook een brug naar het doen van onderzoek wanneer het als volgt gelezen wordt. "Het belang van onderzoek is om ideeën te reguleren naar de werkelijkheid (theorie vorming), en in plaats van alleen te denken hoe dingen kunnen zijn (hypotheses), te kijken naar hoe dingen werkelijk zijn (empirisch onderzoek)". Tijdens mijn opleiding Economische Geografie, heb ik mezelf verder verdiept in de wereld waarin ik leef en het doen van wetenschappelijk onderzoek. Dit alles heeft uiteindelijk geresulteerd in het rapport wat nu voor u ligt.

Dit rapport beschrijft het door mij uitgevoerde onderzoek naar de locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen in Indonesië. Dit onderzoek is verricht ter afronding van de Master opleiding Economische Geografie aan de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen. De contacten tussen de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen en de Faculteit Geografie van de Gadjah Mada Universiteit in Indonesië hebben bijgedragen aan de keuze dit onderzoek in Indonesië te verrichten. Mijn dank gaat dan ook uit naar Prof. dr. P.H. Pellenbarg die het contact met de Gadjah Mada Universiteit heeft gelegd en mij tijdens dit onderzoek heeft begeleid en geadviseerd. Mijn dank gaat ook uit naar dr. H. Hartono decaan aan de faculteit Geografie van de Gadjah Mada Universiteit voor zijn uitnodiging om naar Indonesië te komen.

Zonder de medewerking van diverse personen en instanties was de realisatie van dit onderzoek niet mogelijk geweest. Mijn dank gaat uit naar iedereen die heeft deelgenomen aan mijn interviewprogramma in Indonesië. De Indonesische Nederlandse Associatie, de Indonesische investeringscoördinatie (BKPM) en de Gadjah Mada Universiteit voor het verstrekken van zeer bruikbare informatie. Verder het Marco polofonds van de RUG, Stichting Groninger Universiteitsfonds en de van Eesteren Fluck en van Lohuizen Stichting voor hun financiële bijdragen aan dit onderzoek.

Groningen, april 2010
J.M.W. Koenders

Inhoudsopgaven

Samenvatting	I
Voorwoord	IV
Inhoudsopgaven	V
Lijst met figuren en tabellen	VIII
Hoofdstuk 1. Inleiding	1
1.1 Inleiding	1
1.2 Probleemstelling	1
1.3 Doelstelling	1
1.4 Vraagstelling	2
1.5 Leeswijzer	2
Hoofdstuk 2. Theoretisch kader	3
2.1 Inleiding	3
2.2 Internationaliseringsproces	3
2.2.1 Productlevenscyclus	4
2.2.2 OLI paradigma	6
2.2.3 Ruimtelijk ontwikkelingsmodel	7
2.2.4 Ruimtelijke groei model	8
2.2.5 Marketing management	9
2.3 Locatietheorieën	10
2.3.1 Klassieke locatietheorieën	11
2.3.2 Neoklassieke locatietheorieën	11
2.3.3 Behaviorale locatietheorieën	11
2.3.4 Strategische keuze benadering	12
2.3.5 Institutionele benadering	12
2.4 Vestigingsplaatsfactoren	13
2.5 Theoretische reflectie	13
Hoofdstuk 3 Indonesië	15
3.1 Inleiding	15
3.2 Geschiedenis en politiek	15
3.2.1 Bestuurlijke indeling en decentralisatie	16
3.3 Economie	17
3.3.1 Corruptie	17
3.3.2 Dominante positie van Jakarta	17
3.3.3 Arbeidsmarkt	18
3.4 Directe buitenlandse investeringen	18
3.4.1 Ranglijsten	19
3.4.2 Bedrijfsvestiging	19
3.5 Instituties en instanties	20
3.5.1 Handelsbetrekkingen	20
3.5.2 Invoerbependingen	21
3.5.3 Incentives	21
3.5.4 Instanties	21
3.6 Conclusie	21

Hoofdstuk 4 Onderzoeksopzet en uitvoering	23
4.1 Inleiding	23
4.2 De onderzoekspopulatie	23
4.2.1 Selectie van respondenten	23
4.3 Geografisch onderzoeksgebied	24
4.4 Kwalitatief onderzoek	25
4.5 Data verzameling, het interview programma	27
4.5.1 Vragenlijst	27
4.5.2 Verloop van interviews	28
4.6 Verwerking en data-analyse	29
Hoofdstuk 5. Nederlandse ondernemingen in Indonesië	30
5.1 Inleiding	30
5.2 Onderzochte ondernemingen	30
5.3 Locatiekeuze op drie ruimtelijke schaalniveaus	32
5.3.1 Locatiekeuze, het land	33
5.3.2 Locatiekeuze, de regio	35
5.3.3 Locatiekeuze, de vestigingslocatie	37
5.3.4 Verzameling vestigingsplaatsfactoren	39
Hoofdstuk 6. Institutionele betrokkenheid in het locatiekeuzeproces	41
6.1 Inleiding	41
6.2 BKPM in het locatiekeuzeproces	41
6.3 INA in het locatiekeuzeproces	42
6.4 Divers organisaties in het locatiekeuzeproces	44
6.4.1 Lokale overheden	45
6.5 Nabijheid van andere ondernemingen en organisaties	45
Hoofdstuk 7. Vestigingsklimaat Indonesië	47
7.1 Inleiding	47
7.2 Indonesische investeringsklimaat	47
7.3 Gevolgen van de decentralisatie	51
7.4 Locatiekeuze van concurrenten	54
7.5 Alternatieve vestigingsplaats	55
7.6 Redenen voor andere vestigingsplaats	56
Hoofdstuk 8. Conclusies	59
8.1 Inleiding	59
8.2 Vestigingsplaatsfactoren voor Indonesië	59
8.3 Vestigingsplaatsfactoren voor de regio	60
8.4 Vestigingsplaatsfactoren voor de vestigingslocatie	60
8.5 Positie van de vestiging	61
8.6 Verschillen tussen sectoren en ondernemingen	62
8.7 Eerste vestigingslocatie, verhuizing en uitbreiding	63
8.8 Private en overheidsinstanties	64
8.9 Veranderingen in de tijd	64
8.10 Het locatiekeuzeproces	66

Hoofdstuk 9. Reflectie en aanbevelingen	67
9.1 Inleiding	67
9.2 Reflectie	67
9.3 Aanbevelingen	68
Literatuurlijst	i
Bijlagen	vii
Bijlage 1. Vestigingsplaatsfactoren	vii
Bijlage 2. Ranglijsten Indonesië	xii
Bijlage 3. Nederlandse investering in Indonesië	xiv
Bijlage 4. Toelichting op interviews	xix
Bijlage 5. Respondenten	xxiv

Lijst met figuren en tabellen

Figuren

- 2.1 Productlevenscyclus en locatiekeuze van productie en export
- 2.2 Het ruimtelijke ontwikkelingsmodel van Håkanson
- 2.3 Diverse paden van evolutie van multinationale ondernemingen
- 2.4 Belangrijke beslissingen in de internationale marketing
- 2.5 Mogelijkheden om actief te zijn in het buitenland
- 3.1 Lokale bestuurslagen
- B1.1 Doorslaggevende elementen op terreinniveau
- B1.2 Doorslaggevende elementen op gebouwniveau

Tabellen

- 3.1 Bijdragen van Jakarta aan het bruto binnenlandse product (BBP) van Indonesië
- 3.2 Indicatoren van 'governance' in Indonesië en Nederland, 2008
- 4.1 Aantal ondernemingen per locatie
- 5.1 Vestigingsplaatsfactoren op drie ruimtelijke schaalniveaus
- 6.1 Invloed van organisaties op de locatiekeuze
- 7.1 Gewenste veranderingen van het Indonesische investeringsklimaat
- 7.2 Gevolgen van de decentralisatie
- 7.3 Motieven om te verhuizen of te blijven
- B1.1 Multicriteriaboom voor locatiebeslissingen
- B1.2 Model van locatiefactoren
- B1.3 Belang van locatiefactoren naar geografische schaal
- B1.4 Locatiefactoren voor financiële en zakelijke dienstverlening op drie schaalniveaus
- B1.5 Locatiefactoren van ondernemingen in verschillende sectoren
- B1.6 Belangrijkste pushfactoren bij verplaatste bedrijven
- B1.7 Belangrijkste pullfactoren bij verplaatste bedrijven
- B2.1 Ranglijst ondernemen in Indonesië
- B2.2 Index van tien economische vrijheden in Indonesië
- B2.3 Wereldwijde concurrentie index
- B3.1 Nederlandse investeringen in Indonesië

Hoofdstuk 1. Inleiding

1.1 Inleiding

In een tijd waar steeds meer ondernemingen zich verspreiden over de wereld, op zoek naar nieuwe afzetmarkten, kostenvoordelen of grondstoffen, neemt de behoefte naar inzichten over de locatiekeuze van internationaliserende ondernemingen toe. Dit onderzoek dient dan ook om meer inzicht te krijgen in het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen die zich in Indonesië hebben gevestigd. Hieronder is toegelicht waarom dit onderzoeksgebied zo interessant is. Vervolgens zijn de doelstelling en vraagstelling van dit onderzoek beschreven. Aan het einde van dit hoofdstuk is een leeswijzer opgenomen. Deze leeswijzer beschrijft kort de inhoud van de hoofdstukken in dit rapport.

1.2 Probleemstelling

Indonesië is vanuit verschillende invalshoeken interessant als onderzoeksgebied. In de laatste decennia zijn verschillende ondernemingen zich gaan vestigen in Indonesië. En is er een sterke concentratie van ondernemingen in Jakarta zichtbaar. Daarbij komt dat Nederland een historische band heeft met Indonesië. Ook vindt er in Indonesië een decentralisatie proces plaats en verandert het buitenlandse investeringsbeleid regelmatig. De huidige omstandigheden in combinatie met gebeurtenissen in het verleden maken het zeer interessant meer kennis te verkrijgen over het locatiekeuzeproces van deze ondernemingen. Verschillende locatietheorieën geven inzicht in dit proces maar verklaren niet voor elke onderneming het gehele proces of de uiteindelijke keuze. Er is behoefte aan meer inzicht in de verschillende ruimtelijke schaalniveaus in het locatiekeuzeproces met daarbij de van belang zijnde vestigingsplaatsfactoren. Doordat deze locatiefactoren in de tijd kunnen veranderen is het interessant te zien wat het effect hiervan is op de locatiekeuze. De rol van private en overheidsinstanties binnen het locatiekeuzeproces is hierbij interessant om specifieker op in te gaan.

1.3 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is het verkrijgen van inzicht in het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië. Dit onderzoek geeft inzicht in de vestigingsplaatsfactoren die van belang zijn voor Nederlandse ondernemingen bij de keuze van hun vestigingsplaats. Gekeken wordt naar de factoren die van belang zijn bij een eerste vestigingslocatie evenals bij een eventuele verhuizing of uitbreiding naar een multilocationele onderneming. Dit gebeurt op drie ruimtelijke schaalniveaus namelijk: land, regio en de vestigingslocatie. In het bijzonder wordt gekeken naar de rol van private en overheidsinstanties in dit keuzeproces. Daarnaast wordt onderzocht of de vestigingsplaatsfactoren veranderen in de tijd, nadat een vestiging in Indonesië is gerealiseerd. Daarbij is het interessant om te achterhalen welke mogelijke gevolgen dit heeft voor de bedrijfsvoering met betrekking tot de locatiekeuze.

Toelichting op begrippen

In de doelstelling van dit onderzoek zijn enkele begrippen gebruikt die later in dit onderzoeksverslag terug komen. Deze begrippen worden in andere economisch geografische onderzoeken regelmatig door elkaar gebruikt. Binnen dit onderzoek gaat het om de volgende begrippen verbonden aan de één of meerdere schaalniveaus.

- ‘*Locatie* (locatiekeuze en locatiekeuzeproces) Dit gaat over de keuze *van* een geografisch gebied en duidt op alle drie genoemde ruimtelijke schaalniveaus tenzij expliciet één niveau benoemd wordt. (Locatiekeuze wordt ook wel vestigingsplaatskeuze genoemd).
- ‘*Vestigingsplaats*’ Dit betreft de keuze *mogelijkheden* binnen de locatiekeuze en wordt gebruikt in vestigingsplaatsfactoren. (Ook wel locatiefactoren genoemd).
- ‘*Vestigingslocatie*’ Dit is het laagste ruimtelijke schaalniveau waarop een keuze wordt gemaakt voor een vestigingsplaats. (Dit is het adres niveau).

1.4 Vraagstelling

Naar aanleiding van de probleemstelling zijn hoofd- en deelvragen opgesteld. De hoofdvraag van dit onderzoek is als volgt.

Hoe ziet het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië eruit?

De hoofdvraag wordt beantwoord middels onderstaande deelvragen.

1. Welke vestigingsplaatsfactoren zijn van (doorslaggevend) belang bij de keuze voor Indonesië?
2. Welke vestigingsplaatsfactoren zijn van (doorslaggevend) belang bij de keuze voor een regio?
3. Welke vestigingsplaatsfactoren zijn van (doorslaggevend) belang bij de keuze voor een vestigingslocatie?
4. Welke positie neemt de vestiging in Indonesië in ten opzichte van de (hoofdvestiging) in Nederland en eventuele andere vestigingen in de wereld?
5. Welke verschillen in vestigingsplaatsfactoren zijn ertussen de verschillende sectoren en ondernemingen binnen een sector op de drie ruimtelijke schaalniveaus?
6. Welke verschillen zijn ertussen de vestigingsplaatsfactoren die van belang zijn bij een eerste vestigingslocatie, een verhuizing en uitbreiding van de vestigingslocaties?
7. Welke rol spelen private en overheidsinstanties in het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië?
8. Welke veranderingen van belangrijke vestigingsplaatsfactoren zijn er waarneembaar in de tijd en welke gevolgen heeft dit voor de locatiekeuze?

1.5 Leeswijzer

De doelstelling van dit onderzoek is het verkrijgen van inzicht in het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië. De verslaglegging van dit onderzoek in dit rapport is volgens de volgende structuur vastgelegd. Hoofdstuk 1 behandelt de aanleiding, doelstelling en vraagstelling van dit onderzoek. Hoofdstuk 2 bevat het theoretisch kader waarbinnen dit onderzoek is uitgevoerd. Dit hoofdstuk gaat in op theorieën en onderzoeken die binnen de Economische Geografie worden toegepast. Het internationaliseringsproces wordt hier aan de hand van enkele theorieën beschreven. Vervolgens worden enkele veel gebruikte locatietheorieën en factoren toegelicht. Hoofdstuk 3 geeft vervolgens een compacte weergave van enkele belangrijke gebeurtenissen en kenmerken van Indonesië. De informatie in dit hoofdstuk geeft de benodigde achtergrondinformatie bij het verklaren en begrijpen van Nederlandse investeringen in Indonesië. Hoofdstuk 4 beschrijft de onderzoeksopzet en de uitvoering. Eerst wordt een toelichting gegeven op de keuzes die zijn gemaakt ten aanzien van het onderzoeksgebied, de populatie en onderzoeksmethode. Vervolgens wordt ingegaan op het kwalitatieve karakter van dit onderzoek. Dit uit zich onder meer uit in de keuze voor het interviewprogramma. Ook gaat dit hoofdstuk in op het verzamelen, verwerken en analyseren van de benodigde informatie. In de drie daarop volgende hoofdstukken wordt verslag gedaan van de informatie die tijdens het interviewprogramma in Indonesië is verzameld. In hoofdstuk 5 worden enkele kenmerken van de onderzochte ondernemingen beschreven waarna wordt ingegaan op de factoren die een belangrijke rol spelen bij de locatiekeuzes op de drie afzonderlijke schaalniveaus. Hoofdstuk 6 beschrijft de betrokkenheid van diverse organisaties in het locatiekeuzeproces. Hoofdstuk 7 beschrijft het Indonesische vestigingsklimaat, hier wordt ingegaan op het investeringsklimaat, de decentralisatie van de Indonesische overheid en mogelijke alternatieve vestigingsplaatsen. In hoofdstuk 8 is de conclusie van dit onderzoek beschreven. De 8 onderzoeksvragen en de centrale onderzoeksvraag zijn hier beantwoord. Het laatste hoofdstuk 9 bevat een reflectie op het onderzoek en aanbeveling voor verder onderzoek.

Hoofdstuk 2. Theoretisch kader

2.1 Inleiding

Om inzicht te krijgen in het locatiekeuzeprocess van ondernemingen is gezocht naar verschillende theorieën en onderzoeken die inzicht geven in dit onderwerp. Dit hoofdstuk vormt een verzameling van de theorieën en onderzoeken die binnen dit onderzoek zijn gebruikt. Hieronder wordt eerst toegelicht wat het locatiekeuzeprocess is. Vervolgens wordt ingegaan op de beschreven theorieën in dit hoofdstuk.

Het locatiekeuzeprocess bestaat volgens Atzema et al. (2009) uit een zoektocht naar de best mogelijke locatie waarbij diverse potentiële locaties worden beoordeeld. De selectie van diverse locatie geschiedt op basis van bedrijfsexterne factoren. De uiteindelijke selectie is een bedrijfsinterne aangelegenheid waarbij gezocht wordt naar de locatie die het best past bij de te verwezenlijken doelstelling van het bedrijf. (Atzema et al., 2009). De uiteindelijke keuze is een moment opname van dan geldende externe factoren en een waardering die afhankelijk is van de eisen die er aan worden gesteld. Het eisenpakket van externe factoren voor de vestigingsplaats verschilt per onderneming. Het locatiekeuzeprocess bestaat volgens Atzema uit drie fase. Deze fases worden gekenmerkt door de beslissing die per ruimtelijk schaalniveau wordt genomen ten aanzien van de vestigingsplaats. De locatiekeuze in fase begint bij een keuze op nationaal niveau, vervolgens wordt er gekozen op regionaal en lokaal niveau. Per fase en dus per schaalniveau waarop de vestigingsmogelijkheden worden overwogen spelen andere locatiefactoren een rol. (Atzema et al., 2009). “De meeste ondernemingen stellen in de loop van tijd andere eisen aan hun omgeving, terwijl de omgeving zelf ook steeds verandert” (Atzema et al., 2009). Hierdoor passen ondernemingen hun bedrijfsvoering aan op (te verwachte) veranderingen in de omgeving of onderneming. Een verandering in de bedrijfsvoering kan ook gevolgen hebben voor keuzes ten aanzien van de bestaande of nieuwe vestigingsplaats. Lambooy, (1995) maakt daarom ook een onderscheid tussen locatiekeuzes door aan te geven of het “een nieuwe onderneming”, “een nieuwe vestiging van multilocationele onderneming” of “een verhuizing van bestaande onderneming” betreft.

De theorieën in dit hoofdstuk beschrijven of verklaren het locatiekeuzeprocess veelal niet op alle drie de ruimtelijke schaalniveaus. Het internationaliseringsprocess kan worden beschouwd als de eerste fasen van het locatiekeuzeprocess. In deze fasen van het proces wordt de locatiekeuze voor het land of landen gemaakt. Volgens Atzema (2009) “hield de economische geografie zich in het algemeen minder bezig met landen, ... door het proces van internationalisering krijgt de landenoriëntatie meer aandacht” (Atzema et al., 2009). Het internationaliseringsprocess is met behulp van een aantal theorieën en vormen van internationalisering in de volgende paragraaf beschreven. De theorieën die in paragraaf 2.3 zijn beschreven, geven ook inzicht in locatiekeuzes op een lager ruimtelijk schaalniveau, het besluitvormingsprocess en instituties in het locatiekeuzeprocess. In diverse onderzoeken naar de locatiekeuze van ondernemingen wordt vaak gezocht naar de locatiefactoren die bepalend zijn voor een locatiekeuze. Zo ook in dit onderzoek. Ook zijn veel locatietheorieën gebaseerd op vestigingsplaatsfactoren. Vandaar dat paragraaf 2.4 apart ingaat op deze factoren. Aan het einde van dit hoofdstuk is een reflectie gegeven op de theorieën die hier zijn behandeld. Ook is aangegeven op welke manier de theorieën zijn gebruikt tijdens dit onderzoek.

2.2 Internationaliseringsprocess

Steeds meer ondernemers nemen als onderdeel van het internationaliseringsprocess het besluit om buitenlandse investeringen te doen. Dit gaat vaak gepaard met nieuwe locatiebeslissingen. De toename en spreiding van buitenlandse investering maakt pas vanaf de jaren 60 een enorme groei door en draagt bij aan de globalisatie van economische activiteiten (Dicken, 2007). Rietbergen geeft verschillende definities van internationalisering. Internationalisering kan gezien worden als “productie van goederen en diensten op internationale schaal”, “naast productie wordt ook de afzetmarkt bedoeld” (Rietbergen et al., 1990).

Het internationaliseringsproces ontstond met name door de (comparatieve) kostenverschillen tussen landen. Daarmee ontstonden de comparatieve kosten theorieën. Maar ook andere factoren dan kostenverschillen hadden invloed op het internationaliseringsproces. Naast “bedrijfsinterne factoren als specifieke kennis en ondernemerschap waren het ook de bedrijfsexterne factoren als het ontwikkelingsstadium van de markt, toegang tot de markten, handelsbetrekkingen, economisch klimaat, locatievoordelen en wisselkoersfluctuaties” die een rol spelen (Stam et al., 1988, as cited in Rietbergen et al., 1990). Marktimperfecties zijn dus de basisredenen om buitenlandse activiteiten te ontplooien (Atzema, 2009). Volgens Rietbergen, (1990) zijn er een drietal hoofdredenen “die ten grondslag liggen aan internationalisering ... kosten, afzet en risicospreiding” (Rietbergen et al., 1990). Rietbergen geeft per hoofdreden de volgende argumenten voor buitenlandse activiteiten.

Kosten:

- Verminderen van transportkosten.
- Verminderen van loonkosten.
- Behalen van schaalvoordelen.
- Ontwijken van tariefmuren of kwantitatieve restrictie.
- Behalen van voordelen uit verschillen in technologische ontwikkeling, arbeidspotentieel, productiviteit, mentaliteit en kapitaalmarkten.

Afzet

- Buitenlandse agenten zijn niet in staat om de belangrijker wordende marketing inspanningen te financieren.
- Snellere aanpassing aan lokale marktcondities.
- Volgen van belangrijke klant in het buitenland.
- Volgen van de concurrent.

Risicospreiding

- Voorkomen van uitsluiting van afzet en leveranciers markten door middel van voorwaartse en achterwaartse integratie.
- Streven naar flexibiliteit en het vermijden van landen specifieke recessies.
- Risico's van sociale en politieke aard verminderen.

Ohmae, (1985 in Rietbergen et al., 1990) voegt hier twee redenen aan toe namelijk, “de toenemende uniformiteit in consumenten voorkeur en de politieke neiging tot neo-protectionisme”. Dicken, (2007) verdeelt de internationalisatie motieven in twee categorieën, markt oriëntatie en activa oriëntatie zoals de aanwezigheid van grondstoffen. Atzema et al. (1994) geeft aan dat bij de internationale locatiekeuze ook behaviorale elementen een rol spelen.

Bij de verklaring van de keuze voor een internationale vestigingsplaats gaat het om drie vragen namelijk.

- “*waarom* ontplooien bedrijven buitenlandse activiteiten”.
- “*hoe* gaan ze in het buitenland aan de slag” .
- “Aan *welke* landen geven ze de voorkeur” (Lambooy, 1995).

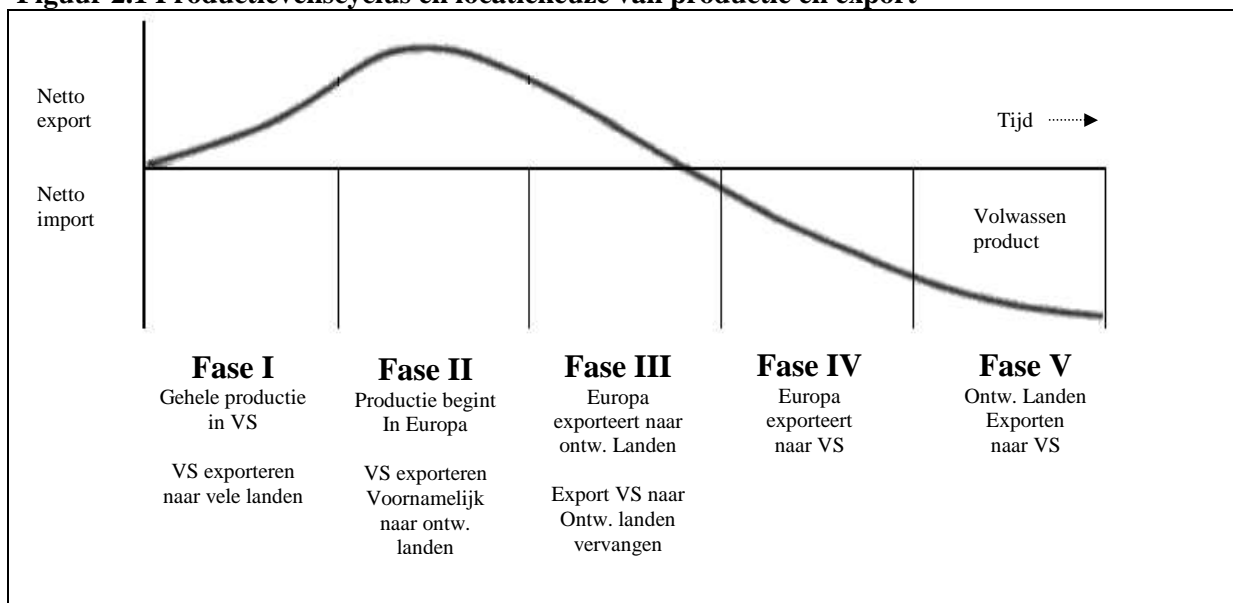
Bij de laatste vraag wordt dus pas een locatiekeuze gemaakt, namelijk voor het land. De vier hieronder beschreven locatie theorieën zijn op het strategisch beleid van een onderneming gericht en geven inzicht in “de achterliggende motieven om in een land actief te zijn” (Atzema, 2009). Deze theorieën maken te samen inzichtelijk, “*waarom* bedrijven buitenlandse activiteiten ontplooien”, “*hoe* bedrijven buitenlandse activiteiten ontplooien” en “*welke* landen hierbij de voorkeur krijgen”. Deze theorieën vormen het theoretisch kader voor de verklaring van de internationale locatiekeuze binnen het internationaliseringsproces van ondernemingen.

2.2.1 Productlevenscyclus

Hierboven zijn enkele motieven genoemd waarom ondernemers buitenlandse activiteiten gaan ondernemen. In de productlevenscyclus benadering van Vernon domineert het kosten aspect bij de beslissing om te internationaliseren. De productlevenscyclus geeft de levensweg van een product weer in vier verschillende fasen, innovatie, expansie, rijpheid en teruggang aan de hand van

productiehoeveelheid en verkoop in de tijd en geeft hierin momenten van winst en verlies aan (Vernon, 1966 & Jong et al., 1988). Vernon koppelt aan deze productlevenscyclus een locatie dimensie (Hollensen, 2004). Onder invloed van marktontwikkelingen in de tijd en de rol van verschillende kosten verandert de optimale vestigingsplaats (Atzema et al., 2009). Het model van Vernon laat een opeenvolging van fases zien waarin de marktvraag en het productieproces van belang zijn voor de locatiekeuze (Dicken, 1992). Internationaliserende bedrijven maken eerst een export fase door, daarna een “zoektocht naar buitenlandse markten” en een “zoektocht naar buitenlandse kosten voordelen” (Hollensen, 2004). In Vernon’s hypothese vindt productie en afzet van nieuwe goederen eerst plaats in het thuisland, op grote koopkrachtige markten van ontwikkelde landen of gebieden. Producenten in hun eigen land of regio kennen de lokale markt immers beter dan producenten daar buiten (Dicken, 1992). Wanneer het nieuwe product op de markt wordt geïntroduceerd vertoont het nog kinderziekten. Door in deze fase in de nabijheid van klanten gevestigd te zijn kan het product technisch worden verbeterd (Atzema et al., 1994). Wanneer daarna de vraag snel groeit en de winsten aantrekkelijker worden, krijgt de innoverende onderneming meer concurrentie. Onder invloed van technologische en marketing factoren krijgt het productieproces een bepaalde graad van standaardisatie. Hierdoor wordt massa productie mogelijk en een productielocatie in een minder ontwikkeld land biedt dan concurrerende voordelen (Hollensen, 2004). Wanneer ook nieuwe markten worden gevonden in minder ontwikkelde landen zullen niet langer de productie en technische aspecten maar meer de marketing en distributie aspecten de locatiekeuze bepalen. In figuur 2.1 is de productlevenscyclus die door Dicken, (1992) wordt gehanteerd weergegeven.

Figuur 2.1 Productlevenscyclus en locatiekeuze van productie en export



Bron: Wells, 1972. In: Dicken, 1992

Een veel gegeven kritiek op deze product levenscyclus is dat het verloop van de cyclus een ideaal weergave is. Niet alle nieuw geïntroduceerde producten volgen deze cyclus, maar juist een hele andere waardoor de ruimtelijke dimensie anders is (Hollensen, 2004). Voor meer kritische kanttekeningen hierover zie Kamann 1986, Taylor 1987, Voogd 1993). Daarbij komt dat marketiers zelden het product in de juiste fase kunnen plaatsen en de verschillende fase onvoorspelbaar zijn (Hollensen, 2004). De productlevenscyclus is een afhankelijke variabele die mede bepaald wordt door de marketingmix. Bedrijven zullen hun marketing programma en daarmee de stap naar internationalisering niet uitsluitend laten leiden door de fase waarin een product zich bevindt. Door aanpassing van de marketing mix kan een product in een andere fase raken (Hollensen, 2004). Vernon geeft aan dat de kracht van hypothesen die internationale handel en buitenlandse investeringen uitleggen aan de hand van de productlevenscyclus aan het veranderen is. “Dit komt doordat veel bedrijven die betrokken zijn bij de introductie van nieuwe producten reeds in het buitenland zijn gevestigd. En door veranderingen in de nationale markten van ontwikkelde landen zijn een aantal

verschillen verdwenen” (Vernon, 1979). Waar de verklarende kracht van deze hypothesen afneemt voor grote internationale bedrijven met wereldwijde netwerken om markten mee af te zoeken, zijn deze hypothesen nog wel geldend voor kleinere bedrijven die niet beschikken over deze netwerken. Dicken (1992), geeft in dit verband aan dat het onwaarschijnlijk is dat innovatieve multinationals alleen vanuit hun thuisland nieuwe producten op de markt brengen. Dit zal juist vanuit elk punt binnen het wereldwijde netwerk van de onderneming gebeuren.

2.2.2 OLI paradigma

Om vanuit de theorie antwoord te krijgen op de vraag *waarom* ondernemingen buitenlandse activiteiten ondernemen, is het eclecticische OLI paradigma van Dunning beschreven. Dunning stelt de ondernemer en de onderneming centraal. Dunning gaat er vanuit dat een ondernemer zich richt op “die sectoren waar het concurrentievoordeel het best tot uiting komt, deze beschermt en uitgebreid kan worden” (Atzema et al., 1994). Volgens Dunning verhoogt de intentie van een onderneming om te internationaliseren naar mate er aan de volgende drie condities wordt voldaan (Hollensen, 2004).

Ownership specific advantages (O) bepalen “de mate waarin een ondernemer over eigendommen beschikt (of deze kan verwerven) die zijn (potentiële) concurrenten niet bezitten” (Dunning, 1980) Voordelen die voornamelijk ontstaan door de grote en gevestigde positie van de onderneming.

- Toegang tot (exclusieve) productie middelen.
- Effectievere inzet van productiemiddelen.
- Macht, bevoorrechte toegang tot markten en markt bescherming.

Voordelen van dochter ondernemingen van grote bedrijven boven nieuwe bedrijven.

- Toegang tot de capaciteit van het moederbedrijf (bestuurlijk, marketing R&D).
- Financiële voordelen (uit productie, inkopen financiering).
- Voordelen voor een multinationale onderneming.
- Meer en/ of beter beschikking kennis (grondstoffen, markten).
- Profiteren van internationale verschillen tussen markten.
- Risico spreading (in verschillende valuta gebieden).

De hier beschreven ownership, location en internalisation voordelen zijn afhankelijk van elkaar en kunnen in verloop van tijd veranderen (Dunning, 1979 & 1981).

Location specific advantages (L) bepalend “tot hoe ver het rendabel is eigendommen te exploiteren gebruik makend van inheemse middelen in het buitenland in plaats van met middelen in het eigen land” (Dunning, 1980) met andere woorden biedt het buitenlandse productiemilieu specifieke locatie voordelen (Atzema et al., 1994) of kunnen buitenlandse markten beter bereikt worden door te exporteren (Hollensen, 2004).

Kenmerken van locatie specifieke locatie voordelen in het buitenland en thuisland.

- Spreiding, kwaliteit en productiviteit van productie middelen (arbeid, energie).
- Overheidsinterventie (politieke stabiliteit, incentives, belasting en investeringsklimaat).
- Infrastructuur (commercieel, juridisch, transport).
- Transport en communicatie kosten.
- Psychische afstand (verschil in taal, cultuur, zakelijke gebruiken).
- Aanwezigheid R&D voor productie en marketing (Dunning, 1979 & 1981).

Internationalization incentive advantages (I) bepalen of “het in het belang van de ondernemer is om zijn eigendommen te verkopen/ te verhuren aan andere bedrijven of kunnen deze beter zelf gebruikt worden door te internationaliseren” (Dunning, 1980).

Voorbeelden van bescherming tegen of het benutten van markt falen.

- Het voorkomen van kosten (transactie, onderhandeling, beschermen eigendomsrecht).
- Onzekerheid bij koper over aard en waarde product (technologie).
- Noodzaak om de kwaliteit van producten te beschermen.
- Noodzaak tot controle op marketingstrategie (prijsstelling, verkoopvoorwaarden).
- Voorkomen van regeringsinterventies (quota, tarieven, prijsbeheersing, belastingen) (Dunning, 1979 & 1981).

Een ondernemers zal dus geneigd zijn zelf buitenlandse activiteiten te ontplooiën indien er iets speciaals kan worden aangeboden. Daarnaast dient het productiemilieu geschikt te zijn en/of moet er een noodzaak zijn de buitenlandse activiteiten in eigen beheer te houden (Atzema et al., 2009). Rietbergen, et al. (1990) geeft in dit verband aan dat competenties en marktimperfecties wel noodzakelijk zijn voor buitenlandse activiteiten, maar pas na een directe aanleiding tot uitvoering wordt gebracht.

2.2.3 Ruimtelijk ontwikkelingsmodel

Wanneer er voldoende aanleiding voor een onderneming is om buitenlandse activiteiten te gaan ontplooiën staat de onderneming voor de vraag *hoe* dit te verwezenlijken. Het ontwikkelingsmodel van Håkanson geeft inzicht in een strategie van (buitenlandse) marktpenetratie (Atzema et al., 2009). Håkanson gaat er vanuit dat ondernemingen pas buitenlandse activiteiten gaan ontplooiën nadat de thuismarkt verzadigd is. Het ontwikkelingsmodel geeft het internationaliseringsproces weer in vijf fasen en maakt daarbij een onderscheid tussen verkoop en productieactiviteiten, ook houdt het model rekening met handelsbarrières (Atzema et al., 2009).

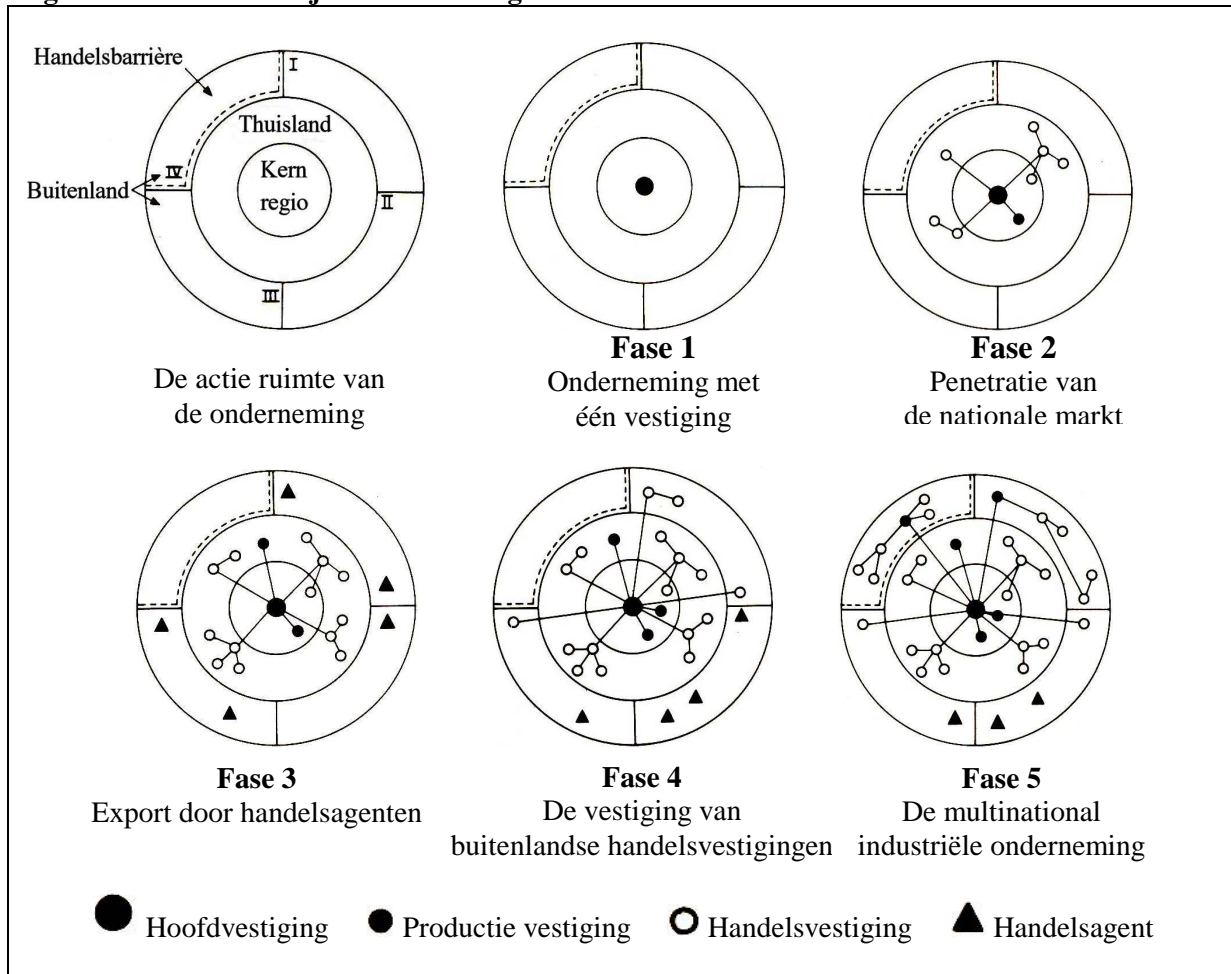
In figuur 2.2 hieronder is het groeiproces van een onderneming met één vestiging dat uitgroeit tot een multinational weergegeven (Håkanson 1979). De vijf fasen in het ruimtelijke ontwikkelingsmodel van Håkanson verlopen als volgt.

- Fase 1. De onderneming bestaat uit één vestiging en produceert in de kernregio voor de lokale markt.
- Fase 2. Meerdere productie vestigingen in de kernregio en produceert voor de nationale markt die biedend wordt via verkoopkantoren.
- Fase 3. Productie in meerdere productie vestigingen in het thuisland. De binnenlandse markt wordt bediend door handelsvestigingen en de buitenlandse markt via handelsagenten in het buitenland. Indien voorzien wordt in de verwachte marktpotentie wordt naar fase vier gegaan. Vanaf deze fase is er sprake van internationalisering.
- Fase 4. Eigenverkoopkantoren worden gevestigd in het buitenland (in centrum van de markt). Vestigingen worden door het moederbedrijf in het thuisland gestuurd, uitwisseling van informatie vindt plaats tussen buitenlandse verkoopkantoren onderling.
- Fase 5. Productie vindt nu ook plaats in het buitenland. Een locatie beslissing wordt gemaakt, productie bij verkoopkantoor of op andere locatie. Nu zijn er geen beperkingen meer van invoerbelemmingen en kunnen kostenvoordelen worden behaald (Atzema et al., 1994).

Rietbergen, et al. (1990) geven de volgende twee punten van kritiek op het ruimtelijk ontwikkelingsmodel van Håkanson.

- “Aardige beschrijving van het internationaliseringsproces van met name industriële ondernemingen, maar is niet echt verklarend” (niet iedere kleine onderneming groeit uit tot een multinational (Rietbergen et al., 1990).
- “Alsof een internationaliserende onderneming wel haast automatisch en continu groeit, zonder ... afwisselende perioden van reorganisatie, rationalisatie en ruimtelijke aanpassingen” (Van Den Brink & Den Hertog, 1989 as cited in Rietbergen et al., 1990).

Figuur 2.2 Het ruimtelijke ontwikkelingsmodel van Håkanson



Bron: Håkanson, 1979

2.2.4 Ruimtelijke groei model

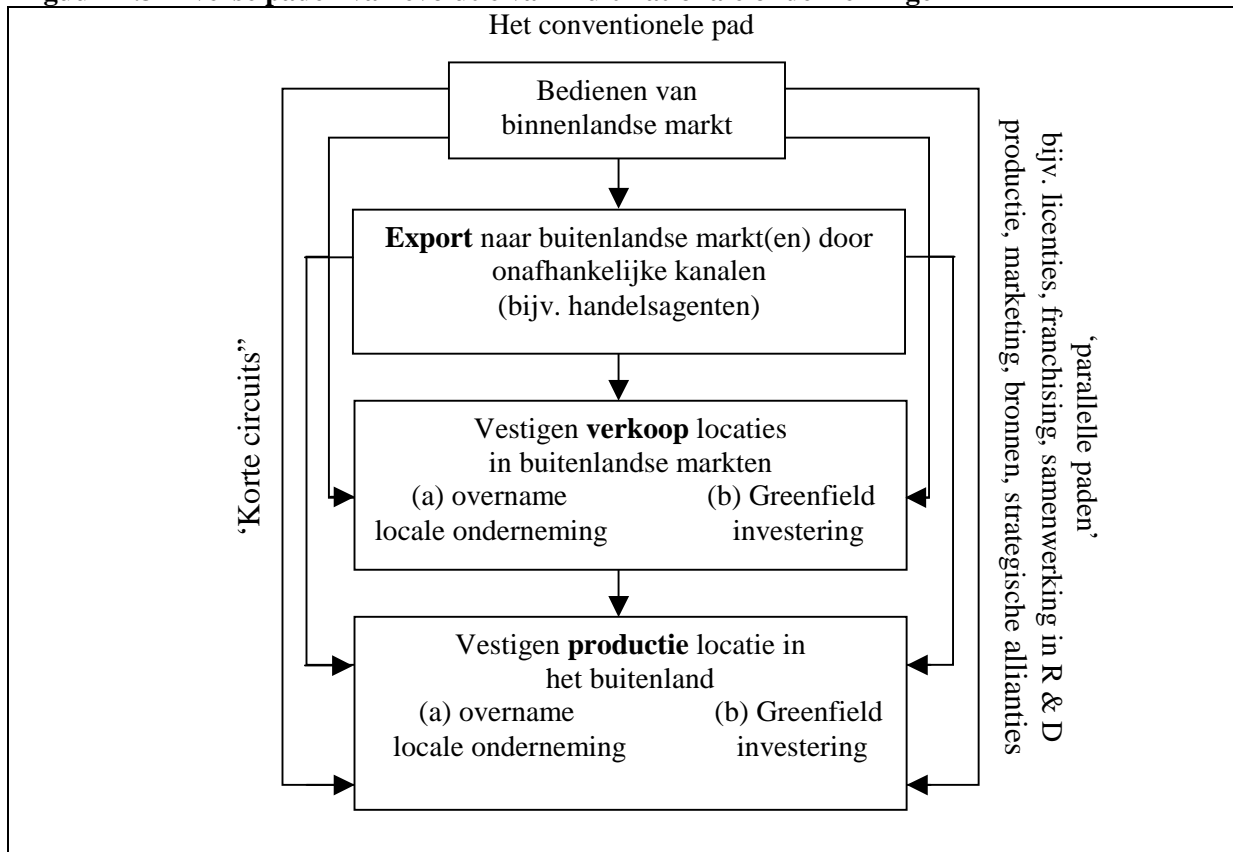
Het model van Dicken “laat een opeenvolging zien van geïdealiseerde ontwikkelingen van een hypothetisch productiebedrijf dat eerst alleen actief is in het thuisland en uiteindelijk een multinational wordt” “Het betreft hier geen lineair proces van uitsluitend ontwikkeling, maar gaat over zowel desinvesteren als investeren” (Dicken & Lloyd, 1990). In tegenstelling tot het ruimtelijk ontwikkelingsmodel van Håkanson houdt het model van Dicken wel rekening met reorganisatie, rationalisatie en ruimtelijke aanpassingen. In de theorie van Dicken komen kenmerken voor als; afnemende betrokkenheid met het thuisland, export vanuit buitenlandse productievestigingen en netwerkvorming aan de orde (Rietbergen et al., 1990). Barrières zoals hoge kapitaal investeringen, politieke interventies in het internationaliseringsproces verminderen de snelheid en het gemak waarmee buitenlandse activiteiten worden ontplooid (Dicken, 2007).

Het model van Dicken (1986, fig 6.9) laat zien dat een locatiebeslissing onderdeel is van een bedrijfsstrategie en gemaakt wordt in het internationaliseringsproces. Later komt Dicken (2007) met een aanpassing in zijn model. Het blijkt dan dat er steeds meer ondernemingen zijn die vanaf het eerste begin buitenlandse vestigingen opzetten, de ‘born globals’ genoemd (Gabrielsson & Kirpalani, 2004). In het nieuwe model van Dicken (2007) is te zien dat een onderneming ook fase kan overslaan. De productie vindt elders plaats zonder dat er een en nieuwe markt betreden wordt. In figuur 2.3 is het nieuwe model van Dicken weergegeven.

Het ruimtelijke groei model van Dicken is opgebouwd in vijf fases (Dicken & Lloyd, 1990).

- Fase 1. Een onderneming met meerdere productie en distributie vestigingen in één land. De buitenlandse marktvaart wordt voorzien d.m.v. export.
- Fase 2. Het begin van internationalisering. Een licentie overeenkomst wordt gesloten met een buitenlandse onderneming voor de productie en verkoop. In het buitenland wordt een verkoop kantoor geopend.
- Fase 3. Er wordt een begin gemaakt met buitenlandse productie. Een buitenlandse onderneming wordt overgenomen, naast het buitenlandse verkoopkantoor wordt een productie locatie geopend en de export breidt zich naar meer landen uit.
- Fase 4. Grote uitbreiding van buitenlandse activiteiten binnen en naar landen. Nieuwe productie locaties en verkoopkantoren worden geopend, buitenlandse ondernemingen worden overgenomen en ook weer verkocht.
- Fase 5. Een grote reorganisatie binnen de gehele onderneming, in zowel binnen als buitenland. Het aantal vestigingslocaties wordt terug gebracht onder meer door samenvoegingen, veranderingen in de organisatie en functioneren van vestigingen vinden plaats. Diverse marketing strategieën worden door gevoerd in verschillende landen.

Figuur 2.3 Diverse paden van evolutie van multinationale ondernemingen

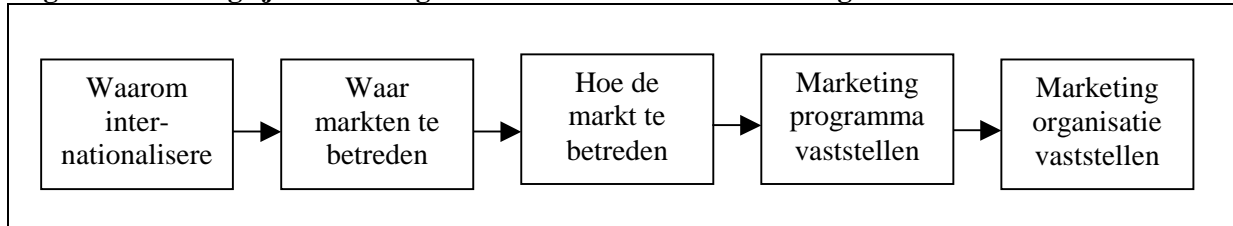


Bron: Dicken 2007, p. 116

2.2.5 Marketing management

Kotler (2009) beschrijft het internationaliseringsproces vanuit het vakgebied van marketing management. Deze benadering gaat ervan uit dat het management een serie van beslissingen maakt (zie figuur 2.4) binnen het internationaliseringsproces. De eerste drie beslissingen: waarom, waar en hoe, zijn beschreven in de hierboven genoemde theorieën.

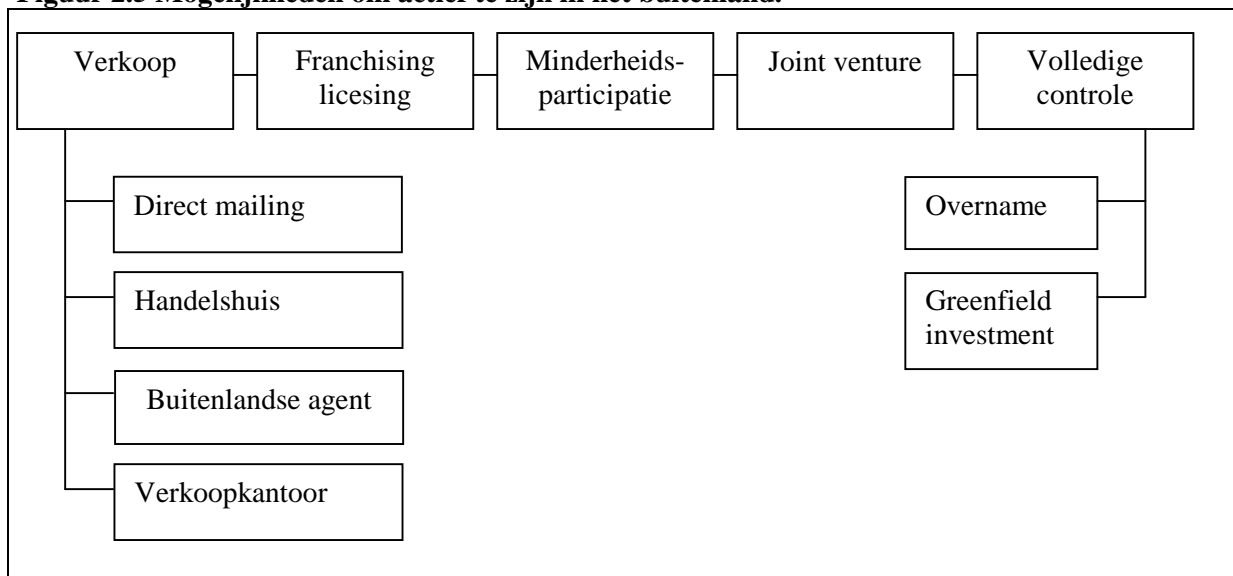
Figuur 2.4 Belangrijke beslissingen in de internationale marketing



Bron: Kotler, 2009

Kotler noemt een aantal redenen waarom ondernemingen internationaal opereren. Dit zijn volgens hem: hogere winsten, schaal voordelen, markt afhankelijkheid verlagen, concurrentie positie verbeteren en globaliserende klanten volgen. Hierbij worden enkele risico's afgewogen zoals: het niet begrijpen van buitenlandse markten, cultuur, onverwachte kosten, gebrek aan internationale management ervaring en wettelijke onzekerheden. Wanneer een onderneming besloten heeft te internationaliseren zijn er verschillende mogelijkheden om actief te zijn in het buitenland. Deze mogelijkheden onderscheiden zich in "oplopende volgorde van betrokkenheid, risico en winstgevendheid" (Gankema et al., 1994). Figuur 2.5 laat de verschillende mogelijkheden zien. Verkoop door direct mailing waarbij de verkoop en export wordt georganiseerd vanuit het thuis land is het ene uiterste. Het andere uiterste is productie in het buitenland door zelf een onderneming te starten (greenfield investment) of door een overname van een bestaande onderneming (Atzema et al., 2009). Kotler geeft aan dat deze mogelijkheden om actief te zijn in het buitenland niet per se op elkaar volgende stadia zijn maar in werkelijkheid veel complexer en ongestructureerde kunnen zijn. Bij zowel de keuze voor de locatie, als voor de manier waarop een onderneming actief wil zijn in het buitenland is het netwerk van de onderneming zeer bepalend.

Figuur 2.5 Mogelijkheden om actief te zijn in het buitenland.



Bron: Atzema et al., 2009

Deze internationaliseringstheorieën geven inzicht op welke wijze een onderneming komt tot een selectie van welk land of welke landen de voorkeur krijgen bij een buitenlandse investering. Welke landen geselecteerd worden door een onderneming is sterk afhankelijk van de concurrentiepositie van een land. Porter, (1990 & 1998) beschrijft de concurrentiepositie van een land aan de hand van vier factoren.

2.3 Locatietheorieën

De geschiedenis van de economische geografie kent veel verschillende theorieën en benaderingen, zonder dat er een beste bestaat. "Welke theorie gebruikt wordt (welke is relevant) is sterk afhankelijk

van het bestudeerde onderwerp en elk onderwerp kan langs verschillende theoretische benaderingen bestudeerd worden” (Atzema, 2009). De volgende kenmerken van een onderneming en de omgeving waarin deze is gevestigd, zijn belangrijk voor de mate waarin een theorie de locatiekeuze van een onderneming zal voorspellen, verklaren of beschrijven.

- De sector (agrarische, dienstverlenend, distributie).
- Het bedrijf (omvang, aantal/ verspreiding, organisatie/ management structuur, concurrentie niveau) .
- Soort bedrijfsactiviteiten op een locatie (productie, R&D, verkoop, een combinatie).
- Het product (soort, onderdeel productieketen, omvang productie, diversiteit assortiment).
- Het belang van de productiefactoren (welke, hoeveelheid en de nabijheid ervan) .
- Productiemilieu (fysieke en institutionele omgeving) .
- De ondernemer (omvang en kwaliteit beschikbare informatie en het vermogen dit te gebruiken).

Het gekozen onderzoeksgebied (Indonesië) is zeer divers en er is niet voor één specifieke sector of bedrijf/ bedrijfsonderdeel gekozen. Vandaar dat hieronder in het kort verschillende locatie theorieën worden beschreven. Duidelijk wordt dat er geen “ware theorie of beste benadering in de economische geografie bestaat” (Atzema, 2009). Iedere theorie dient op zijn verklarende werking te worden ingeschat, naargelang het behandelde onderwerp.

2.3.1 Klassieke locatietheorieën

De klassieke locatietheorieën (Thünen 1910 & Weber 1922) verklaren een keuze voor een vestigingslocatie vanuit kosten, waar productie en transportkosten het laagst zijn is de winst het hoogst wat de locatiekeuze verklaart. Voor veel ondernemingen zijn transportkosten van ondergeschikt belang, tenzij gewichtsverliezende grondstoffen of ubiquiteiten transportkosten een belangrijke rol spelen bij de locatiekeuze. Gewichtsverliezende grondstoffen zijn grondstoffen die voor een groot deel verloren gaan tijdens het productieproces. Door het productieproces plaats te laten vinden bij de bron van deze grondstoffen vallen transportkosten lager uit. Ubiquiteiten transporten, is het transport van grondstoffen die overal voorkomen. Deze grondstoffen worden zo min mogelijk vervoerd wanneer transport kosten hoog zijn.

2.3.2 Neoklassieke locatietheorieën

De Neoklassieke locatietheorieën (Christaller, 1968 & Lösch, 1954) geven een nuancering of aanvulling op de klassieke locatietheorieën door aandacht te geven aan: marktwerking, marktvormen, maximalisering van opbrengsten, interne schaalvoordelen en produceren door middel van variërende combinaties van productiefactoren. De locationele interdependentiebenadering van Hotelling (1929) gaat er vanuit dat concurrerende ondernemingen de nabijheid van elkaar opzoeken, om zodoende geen marktgebied aan de concurrentie te verliezen. (bijvoorbeeld woonboulevards). Hoover (1948), stelt dat een grotere omvang van de productie een kostenreductie oplevert, door middel van interne schaalvoordelen wat kan opwegen tegen een toenamen in de transportkosten. Dit heeft een verklarende kracht voor de locatiekeuze van massaproductielocaties of proces industrie (Atzema, 2009). Moses (1958) stelt dat iedere productie omvang zijn ideale mix van productiefactoren kent en daarmee zijn ideale vestigingsplaats. Bij een verandering in de omvang van de productie vindt factorsubstitutie plaats. Dit kan ontstaan wanneer technologische veranderingen van invloed zijn op de arbeidsintensiteit van de productie en daarmee het belang van de factor arbeid afneemt voor de locatiekeuze.

2.3.3 Behaviorale locatietheorieën

Behaviorale locatietheorieën worden beschouwd als een handelings,- of gedragsgerichte benadering (Atzema et al., 1994 & Reijs et al., 2001). In deze theorieën wordt gekeken naar het besluitvormingsproces en locatiegedrag van ondernemers bij een locatiekeuze. Binnen deze benadering wordt “gekeken hoe ondernemers tot een keuze komen en welke informatie zij hierbij gebruiken” (Atzema et al., 1994). Simon, Pred, Pellenbarg en Pater hebben binnen deze benadering de hieronder genoemde begrippen geïntroduceerd en uitgewerkt. Simon (1978) komt met het begrip ‘bounded rationality’ wat aangeeft dat ondernemers een rationele locatiekeuze maken “binnen de

grenzen van hun inschattingsvermogen en aspiratieniveau” opgrond van onvolledige informatie, onzekerheden en risico’s (Atzema et al., 1994). De keuze die een ondernemer maakt wordt voor een groot deel verklaard uit zijn persoonlijke omstandigheden, ervaringen, motieven en sociale en ruimtelijke relaties. Hierbij streeft een ondernemer niet altijd naar winst maximalisatie en kosten reductie (Lambooy, 1995). Dit maakt volgens Simon, ondernemers tot ‘satisficers’ en geen ‘optimizers’. Ook Pred geeft aan dat ondernemers onvolledig geïnformeerd zijn en niet instaat zijn informatie optimaal te benutten. Deze tekortkomingen zijn volgens Pred niet voor iedere ondernemer hetzelfde, en zo maakt Pred in zijn ‘behaviorale matrix’ een onderscheid tussen ondernemers op grond van ‘het vermogen om informatie te gebruiken’ en ‘kwantiteit en kwaliteit van informatie’ (Pred, 1967). Het verschil tussen ondernemers uit zich ook in het feit dat er door ondernemers “niet altijd dezelfde waarde aan een vestigingsplaatsfactor” wordt gegeven, wat kan leiden tot verschillende locatiebeslissingen (Atzema et al., 1994). De kennis die een ondernemer heeft over mogelijke vestigingsplaatsen wordt bepaald door zijn ruimtelijke cognitie. Pellenbarg (1985) beschouwt ruimtelijke cognitie als “de basis voor het toekennen van een eventuele waardering aan bepaalde ruimtelijke eenheden”. Het subjectieve beeld dat de ondernemer heeft van een vestigingsplaats wordt zijn ‘mental map’ genoemd en kan door vooroordelen en stereotype beeldvorming afwijken van de werkelijkheid (Atzema et al., 1994). Pater et al. (1996) verklaart menselijke activiteiten (of het achterwege blijven daarvan) vanuit “de vrije keuze van het individu” (individuele voorkeuren, middelen en vaardigheden) en “mogelijkheden en beperkingen die door de maatschappij en de ruimtelijke omgeving worden opgelegd en door de tijd heen veranderen”.

2.3.4 Strategische keuze benadering

In de strategische keuzebenadering wordt de locatiekeuze als belangrijk element binnen de bedrijfsstrategie gezien. In de internationale concurrentie strijd zullen ondernemingen elkaar imiteren of juist tegengestelde keuzes maken doordat andere waarde aan een locatie worden gehecht. Deze benadering komt tot uitwerking in de ‘behavioral theory of the firm’ van Cyert & March (1963) waar het belang van het “besluitvormingsproces binnen een bedrijf“ benadrukt wordt (Pen, 2002). Binnen een onderneming ontstaan verschillende doelstellingen en meningen wat resulteert in een machtsstrijd (Atzema, 2009). Binnen deze benadering past ook ‘the geography of enterprise’ (McNee 1960 & Krumme 1969). Deze studie richt zich op “de invloed van het management van grote multilocationele onderneming op het spreidingspatroon van de tot dergelijke concerns behorende vestigingen” (Atzema, 2009). De vier eerder beschreven locatie theorieën van Vernon, Dicken, Håkanson en Dunning zijn ook op strategisch beleid van de onderneming gericht.

2.3.5 Institutionele benadering

Volgens een aantal theorieën nemen instituties een bijzonder rol in binnen het locatiekeuzeprocess, hieronder is kort weergegeven wat hier van bekend is in de literatuur. Atzema et al. (2009) stellen dat “vooral instituties bepalend zijn voor het economische handelen van actoren” en “vanwege persoonlijke relaties vormen culturele waarden en sociale structuren belangrijke institutionele kaders waarbinnen markten en organisaties plaatsvinden”. Het begrip ‘institutie’ kan uitgelegd worden als “min of meer vastgelegde structuren van afspraken, contacten, gebruiken en regelingen die beslissingen van economische subjecten begrenzen en sturen” (Lambooy, 1995). De interactie tussen ondernemingen of organisaties kan gezien worden als zo’n min of meer vastgelegde structuur. De mate waarin ondernemingen interacties (relaties) aangaan met derden is afhankelijk van de hoogte van transactiekosten. Transactiekosten ontstaan wanneer er een kloof van informatie behoeften moet worden overwonnen. Uit de behaviorale theorie blijkt dat deze informatie kloof ontstaat door een ongelijke verdeling van informatie en de capaciteit om hiermee om te gaan. De hoogte van de transactie kosten wordt bepaald door: het aantal transacties, marktonzekerheden en transactiespecifieke investeringen. Een onderneming gaat drie soorten relaties aan, marktrelaties, fysieke relaties en institutionele relaties. Bij institutionele relaties betreft het relaties met lokale, regionale en nationale overheden, maar ook vakbonden, politieke partijen, actie groepen en branche organisaties. Deze relaties zijn onder meer belangrijk voor het verkrijgen van vergunningen, subsidies, informatie en het behartigen van belangen (Atzema et al., 1994). Deze relaties kunnen voor multinationals met veel macht, ook dienen om vestigingsplaatscondities te beïnvloeden (Reijs et al.,

2001). North (1990) verdeelt de hierboven beschreven instituties in twee groepen, de formele instituties zoals wetten en regelgeving en informele instituties zoals normen, waarden en conventies.

Ernst & Young, (2007) deden binnen de twaalf belangrijkste economische sectoren onderzoek naar de top tien strategische risico's voor ondernemingen. Als belangrijkste strategische uitdaging voor de wereldhandel wordt genoemd 'regulering en wet en regelgevingsrisico's'. Deze behoren tot de formele instituties die hierboven zijn toegelicht. Deze uitdaging komt voort uit een escalatie van de regeldruk in veel markten, evenals het grote aantal wet en regelgeving dat verandert wanneer ondernemingen hun waardeketen uitbreiden buiten Europa. De mogelijkheid van interventies in regelgeving in sectoren zoals farmacie, biotechnologie, verzekeringen, telecommunicatie en nutsbedrijven verhoogt dit risico. Deze interventies kunnen de concurrentie omgeving vormgeven en fundamentele veranderingen in bedrijfsmodellen te weeg brengen.

Ernst & Young, 2007

2.4 Vestigingsplaatsfactoren

De locatietheorieën die hierboven zijn beschreven, trachten structurele verbanden en verklaringen van het locatiepatroon te geven. "In deze theorieën spelen één of meerdere vestigingsplaatsfactoren vaak een rol" (Rietbergen, 1990). Hieronder worden eerst een aantal kenmerken van vestigingsplaatsfactoren genoemd, daarna volgen veel genoemde vestigingsplaatsfactoren.

Het door Weber (1922 & 1929) gedefinieerde begrip 'stondortfaktor' staat voor factoren die wezenlijk zijn bij de locatiekeuze van ondernemingen. Deze factoren genereren een zeker voordeel wanneer economische activiteiten op een bepaalde plaats of type plaats plaatsvinden. Weber geeft hiermee aan dat vestigingsplaatsfactoren per definitie, per locatie een andere waarde aannemen. Dit is onder meer te verklaren doordat de aarde geen isotrope vlakke is, de marktwerking continu verstoord wordt en er een ongelijke verdeling van kapitaal, grondstoffen en kennis is. Echter een productiemilieu kan in de tijd veranderen waardoor een regionaal verschil in locatiefactoren kan afnemen (Atzema et al., 2009). Een vestigingsplaatsfactor dient ruimtelijk te discrimineren indien deze regionale (economische) verschillen of een locatiekeuze kan verklaren. Dit laatste veronderstelt dat een vestigingsplaatsfactor wel een zelfde waarde binnen een gebied kan aannemen en daardoor niet van belang is voor de locatiekeuze binnen dat gebied. Wanneer dit gebeurt nemen andere vestigingsplaatsfactoren de concurrerende werking van productiemilieus over. Waar de vestigingsplaatsfactor transportkosten in het verleden domineerde, zijn dat nu steeds meer de factoren die het woon- en leefmilieu bepalen. Het belang van een vestigingsplaatsfactor kan ook in de tijd ook veranderen doordat ondernemers andere locatievoorkeuren krijgen. Een aantal trends op dit gebied heeft volgens Reijs et al. (2001) "voor een substantieel deel bijgedragen tot veranderingen in de locatievoorkeur van ondernemers". Deze trends worden gevonden in macro omgevingsfactoren zoals de demografische, economische, sociaal, culturele, technologische, ecologische en politiek juridische factoren (Verhage, 1996 & Hollensen, 2004). Het belang van een vestigingsplaatsfactor kan ook door factorsubstitutie veranderen zie hiervoor Moses onder neoklassieke locatietheorieën.

In de locatietheorieën die hiervoor beschreven zijn valt op dat er veel verschillende vestigingsplaatsfactoren een rol spelen bij de locatiekeuze. Daarbij dient opgemerkt te worden dat vestigingsplaatsfactoren kunnen verschillen per ruimtelijk schaalniveau waarop een onderneming zijn keuze maakt. Ook maakt iedere onderneming en sector verschillende overwegingen ten aanzien van zijn vestigingsplaatsfactoren. In bijlagen 1, is een overzicht opgenomen van de vestigingsplaatsfactoren die door economen en geografen worden genoemd bij het locatiekeuzeprocess van ondernemers.

2.5 Theoretische reflectie

In dit hoofdstuk zijn verschillende locatietheorieën aan de orde gekomen. Zoals reeds is aangegeven is er geen beste theorie en is de keuze en relevantie van een theorie afhankelijk van het onderzochte onderwerp. Hieronder is een beschouwing gegeven op de hierboven behandelde locatietheorieën.

*“In short, there is no single best solution, and no a priori unit of production to be located.
Not only do sectoral technologies and economies diverge,
but local history, politics and institutions also make a real difference”*

Walker, 2000

In dit citaat geeft Walker aan dat de optimale locatie niet bestaat. Daarvoor is er te veel diversiteit bij zowel ondernemingen als in de geografische situatie. Atzema et al. (2009) zegt dan ook het volgende over locatietheorieën, “locatietheorieën behoren niet tot de deterministische natuurwetenschappen, die een exacte uitkomst van een theorie garanderen” en “locatietheorieën laten empirische variatie toe”. Een locatiekeuze is geen exacte uitkomst uit een locatietheorie, maar een afweging tussen locatiefactoren aan de hand van geschikt bevonden locaties. Pellenbarg, (1985) geeft aan dat er “grote reeksen van afzonderlijke bijdragen” door verschillende auteurs zijn gedaan die wel in groepen stromingen zijn ingedeeld maar “toch ieder een ‘eigen’ ware theorie geven”. Pellenbarg komt dan ook tot de conclusie dat “het aflopen van alle afzonderlijke theoretische bijdragen niet bijster zinvol lijkt”. De ene theorie is niet beter of slechter dan de andere, de relevantie van een theorie is afhankelijk van het “nagestreefde doel” (Pellenbarg, 1985).

Bekende kritiek op de klassieke locatietheorieën is dat deze uitgaan van de ‘economic man’ die volledig geïnformeerd is en rationeel handelt. Omgeving en onderneming worden sterk vereenvoudigd en de factor transportkosten heeft te veel invloed. Dit blijkt te ver van de werkelijkheid af te staan. Pellenbarg (1985), aanvaardt de klassieke locatietheorieën niet “als verklingsmodel voor in de werkelijkheid optredende processen van locatieverandering”. Lambooy (1995), stelt dat de “klassieke vestigingsplaatsleer toch enigszins waardevol mag heten”, doordat de gestelde kritiek “onder bepaalde omstandigheden niet zo relevant behoeven te zijn”. Ook Atzema et al. (2009) acht deze theorieën “nog steeds relevant”. Wanneer er in een productieproces veel gewichtsverliezende grondstoffen worden gebruikt, is de onderneming geneigd zich bij de vindplaats van de grondstof te vestigen. De transportkosten zouden te hoog worden als deze gewichtsverliezende grondstoffen van de bron naar de fabriek vervoerd moeten worden. Een ander voorbeeld dat Atzema noemt is de productie van zuurstof. Zuurstoffabrieken zijn geneigd zich bij de afnemer te vestigen. Dit komt omdat zuurstof een ubiquiteit is en de transportkosten van zuurstof te hoog zijn.

Bij een poging een theorie te ontwikkelen met een grotere verklingskracht komt Simon (1955 en 1957) met het idee dat een locatiekeuze niet een optimale keuze is maar één uit alternatieven. Pred (1967) komt dan met een versimpelde voorstelling van de werkelijkheid in zijn ‘gedragmatrix’. Volgens Folmer (2000 & 2007) is de neoklassieke benadering populair doordat resultaten relatief eenvoudig uit wiskundige modellen te verkrijgen zijn. Deze modellen zijn niet geschikt om individueel gedrag te verklaren, zelfs niet als globale verklaring. Volgens Folmer (2000 & 2007) komt een goede verklaring en voorspelling van menselijk handelen voort uit een “holistische benadering waarbij economie, sociologie, psychologie en geografie geïntegreerd zijn”. Doordat de werkelijkheid zeer complex is, vereist dit veel empirisch onderzoek om te komen tot een geschikt model voor het zoeken naar de optimale vestigingslocatie. Atzema et al. (2009) sluit in zijn betoog over de relevantie van locatietheorieën dan ook met de opmerking dat “het formuleren van een ‘grand theory’ met betrekking tot de locatietheorie onmogelijk is”.

De theorieën en onderzoeksresultaten die in dit hoofdstuk zijn beschreven hebben allen in meer of mindere mate raakvlakken met het locatiekeuzeproces dat in dit onderzoek centraal staat. Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zijn echter meer gegevens noodzakelijk. Deze zijn middels dit onderzoek verkregen. De hiervoor beschreven theorieën en onderzoeksresultaten geven wel al een beeld van te verwachten antwoorden en zijn om die reden heel bruikbaar geweest bij het verzamelen van nieuwe informatie in dit onderzoek. In hoofdstuk 4 is toegelicht, op welke wijzen er van deze theorieën gebruik is gemaakt bij het verzamelen van de beoogde onderzoeksgegevens, zie hiervoor 4.5 Data verzameling, het interview programma. In hoofdstuk 8 de conclusie is aangegeven welke elementen uit de hierboven beschreven theorieën en onderzoeksresultaten aansluiten bij de bevindingen in dit onderzoek.

Hoofdstuk 3 Indonesië

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk geeft een compacte weergave van enkele belangrijke gebeurtenissen in en kenmerken van Indonesië. Dit hoofdstuk dient als achtergrondinformatie bij en als verklaring voor, Nederlandse investeringen in Indonesië. Achtereenvolgens wordt er ingegaan op de geschiedenis, politiek, economie en buitenlandse investeringen.

3.2 Geschiedenis en politiek

Marco Polo was de eerste Europeaan die in 1292 zijn voet aan land zette op Sumatra, Indonesië. Pas in 1596 bereikten de eerste Nederlanders Indonesië via West Java. De Nederlandse ‘Vereenigde Oostindische Compagnie’ ondernam vanaf toen verschillende handelsexpedities naar Indonesië. (En was hiermee de eerste multinational ter wereld). Afgezien van een korte periode van Engelse overheersing, wist Nederland Indonesië in de eeuwen daarna te kolonialiseren. De agrarische wet van 1870 maakte het mogelijk dat Nederlandse particuliere ondernemers toegang kregen tot de Indonesische markt. Dit resulteerde in grote landbouw ondernemingen. De komst van de Japanners in 1942 maakte een einde aan de Nederlandse overheersing (Baardewijk, 1998).

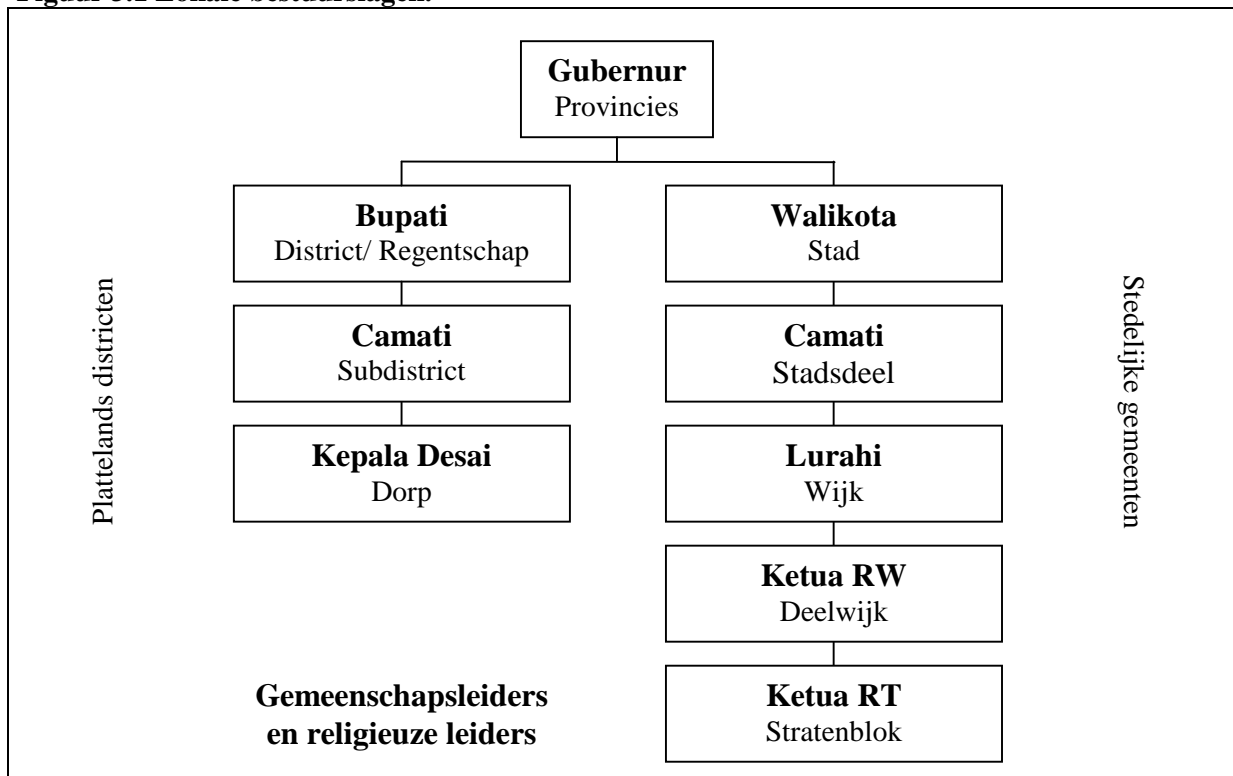
Formeel bestaat de republiek Indonesië vanaf 17 augustus 1945 toen Sukarno en Mohammed Hatta de onafhankelijkheid uitriepen. Een onafhankelijkheidsstrijd van vier jaar volgde daarop tegen de Nederlanders. Deze gaven op 27 december 1949 de voormalige koloniën op en erkenden Indonesië als soevereine staat. Soekarno werd de eerste president en Hatta de eerste vice president. Onder Soekarno wordt een centrale regering ingevoerd, alle beslissingen werden vanuit Jakarta genomen. Hoewel Indonesië onafhankelijk was, hadden Nederlanders nog veel economische invloed. Tijdens de ‘Ronde Tafel Conferentie in Den Haag (1949) werd bedongen dat Nederlandse ondernemingen ongelimiteerd zaken konden blijven doen. Hierbij kon gebruik gemaakt worden van allerlei voordelige regelingen. Daarop ontstond een periode van ‘Indonesianisatie’ waarin posities van Nederlandse managers en ambtenaren, economische bezittingen werden over geheveld naar Indonesiërs. Dit had vergaande gevolgen voor de economische ontwikkeling en structurele veranderingen (Lindblad, 2002). Toen de Verenigde Naties op 29 november 1957 besloten om Nieuw Guinea onder Nederlands bestuur te laten, verhoogde dit de anti Nederlandse stemming. Op 5 december 1957 (‘Zwarte Sinterklaas’ genoemd Meijer, 2005) kwam dit tot een uitbarsting en werden Nederlanders ‘staatsgevaarlijk verklaard’. In enkele maanden werden tienduizenden Nederlanders gerepatrieerd. Later werden bijna alle economische en diplomatieke banden met Nederland verbroken. In 1958 nam het parlement het besluit alle Nederlandse ondernemingen te nationaliseren, de handel met Nederland kwam bijna volledig tot stilstand (Bogaerts & Raben, 2007). In 1962 voerde Soekarno een ‘geleide democratie’ in. Soekarno heeft zich ondanks de enorme verscheidenheid in Indonesië ingezet voor een éénheidsstaat. In 1965 kwam het regime van Soekarno aan zijn einde door een bloedige staatsgreep. De macht kwam in handen van legerleider Soeharto. In 1967 werd Soeharto officieel president. Het harde en autoritaire beleid van Soeharto zorgde in eerste instantie voor stabiliteit en herstel van de verloederde economie. Onvrede onder de bevolking ontstond toen de corruptie verder toenam en Soeharto en zijn familie zich hiermee verrijkten. Dit leidde uiteindelijk tot een gedongen af treden van Soeharto in 1998. Soeharto’s vertrouweling president Habibie (1998-1999), kwam aan de macht. Al snel verloor Habibie zijn steun van het leger, de Golkar partij en een groot deel van de zakenwereld. In 1999 werden de eerste nationale verkiezingen gewonnen door de ‘Nationalistische partij van Megawati Soekarnoputri (dochter van Sukarno). Maar onder invloed van islamitische partijen werd Abdurrahman Wahid de president (1999-2001) en Megawati vice-president. De omvangrijke aanhang van Megawati sprak zijn onvrede uit. Dit deed veel afbreuk aan de geloofwaardigheid van Wahid als president. Na veel onrust werd Wahid door het parlement uiteindelijk afgezet en wordt Megawati president (2001-2004). Toen in 2002 Bali werd geteisterd door zelfmoordaanslagen, was dit een grote klap voor de toeristenindustrie. Het investeringsklimaat verslechterde verder toen er een graaicultuur ontstond in zowel de politiek als onder directies van staatsbedrijven, de corruptie werd enorm. In 2004 vonden voor het eerst rechtstreekse presidentsverkiezingen plaats. Vanaf toen kreeg de president een echt mandaat. Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) werd president, maar zijn partij kreeg bij de

parlementsverkiezingen slecht 7% van de stemmen waardoor hij moest werken met een smalle parlementaire steun. SBY komt met een omvangrijk economisch stimuleringsprogramma en stelt de KPK (Commissie ter eliminering van de corruptie) aan om de corruptie bij de overheid aan te pakken (Challik & Bouma, 2007).

3.2.1 Bestuurlijke indeling en decentralisatie

Indonesië kent een groot aantal bestuurslagen die elk een eigen functie hebben. In figuur 3.1 zijn deze bestuurslagen te zien. Indonesië is verdeeld in 33 provincies (inclusief 2 speciale regio's en 1 stadsprovincie) die weer verdeeld zijn in meer dan 350 districten en 91 stedelijke gemeenten. De hoofdstad Jakarta wordt als één provincie bestuurd, 'DKI Jakarta' en bestaat uit 5 steden en 1 district. (EVD, 2008) Op vrijwel alle bestuurslagen vinden verkiezingen plaats. Deze vorm van bestuurlijke indeling is nog niet helemaal voltooid. Op 1 januari 2001 zijn de wetten op de regionale autonomie in gebruik genomen. Hierdoor verschuiven verantwoordelijkheden en bevoegdheden van de centrale overheid naar 'provincies', 'districten' en 'steden'. Lagere overheden kunnen nu een eigen vestigingsbeleid voeren en zich eventueel internationaal op de kaart zetten. Veel bestuurders zijn nog erg onervaren met economische ontwikkelingen en verschillen onderling sterk van visie. Deze veranderingen gaan gepaard met nieuwe wetgeving op verschillende niveaus, onduidelijkheden over de implementatie, machtsstrijd tussen bestuurslagen en onduidelijkheid over beslissingsbevoegdheden. De centrale overheid blijft wel verantwoordelijk voor het grootste gedeelte van de belastingheffing, justitie, politie en defensie. Ook terreinen als mijnbouw en milieubeleid blijven sterk centraal gestuurd (Erb et al., 2005 & EVD, 2008). Utomo wijst erop dat decentralisatie geen garantie is voor economische groei, welzijn of democratisch lokaal bestuur. Dit zal sterk afhangen van de bereidheid en capaciteit van lokale overheden om nationaal beleid te interpreteren en toe te passen aan de lokale omstandigheden. Uit een case studie in Bandung blijkt dat er geen aanwijzingen zijn dat decentralisatie leidt tot een herverdeling van buitenlandse investeringen in de regio, niet zelden leidt decentralisatie in bepaalde regio's zelf tot een negatiever vestigingsklimaat voor buitenlandse investering (Utomo, 2004).

Figuur 3.1 Lokale bestuurslagen.



Bron: Challik & Bouma, 2007

3.3 Economie

De groei van het bruto binnenlandse product van ongeveer 5.5% per jaar sinds 2004, heeft gezorgd voor een goed herstel na de financiële crisis van 1997-1998. Indonesië heeft nog wel te maken met een grote inflatie van 10,2%. Deze inflatie ontstond mede door de verhoging van voedsel en brandstof prijzen (EIU & EVD, 2008). De voornaamste inkomsten bronnen van Indonesië zijn industriële productie van goederen en halffabrikaten, export, delfstoffen, (palm) olie en gas. De belangrijkste exportlanden voor Indonesië zijn Japan, Verenigde Staten Singapore en China. Indonesië heeft op het economische vlak problemen met de hoge werkloosheid, zwakke bankensector, corruptie, gebrekkige infrastructuur, ongunstig investeringsklimaat, hoge inflatie, gebrek aan investeringskapitaal en ongelijke verdeling van hulpbronnen over de regio's. Het voort zetten van de interne hervormingen en het winnen van vertrouwen van buitenlandse en binnenlandse investeerders is belangrijk voor een verdere groei van de Indonesische economie (EVD, 2009). De officiële economische cijfers over Indonesië vertonen grote verschillen met de werkelijke, grotendeels niet geregistreerde, economische activiteiten. "De economie van Indonesië is veel dynamischer dan op grond van officiële cijfers vaak lijkt (Challik & Bouma, 2007).

3.3.1 Corruptie

Corruptie vormt een groot probleem in Indonesië en komt in alle overheidslagen voor. Indonesië scoort dan ook hoog op diverse internationale corruptieranglijsten (Transparency International, 2009ab). Corruptie uit zich in verschillende vormen. Volgens Boer (2002) wordt er onderscheid gemaakt tussen 'facilitaire betalingen' en 'echte corruptie'. Facilitaire betalingen zijn in Indonesië nodig om ambtelijke procedures te versoepelen of tot stand te laten komen. Deze extra betalingen zijn in vergelijking met officiële tarieven van andere landen vaak beperkt en worden vaak uitgelegd als 'fooi' voor een snelle dienstverlening. Deze 'fooi' vormt een aanvulling op het lage salaris van veel Indonesiërs (Challik & Bouma, 2007). Anders wordt het wanneer het gaat om afpersing door de belastingdienst en douane of betalingen van grote bedragen bij projectaanbestedingen. Zaken doen in Indonesië betekent vaak meedoen aan corruptie. Buitenlandse ondernemingen maken hiervoor gebruik van lokale personeelsleden of in gehuurde agenten om betalingen te regelen (Financieele Dagblad, 2002). Corruptie heeft een versturende invloed op de marktwerking. Hierdoor krijgen bepaalde producten geen kans op de markt en wordt de economische ontwikkeling van het land ernstig belemmerd. De regering SBY heeft de KPK (Commissie ter eliminering van de corruptie) aangesteld om corruptie aan te pakken. De KPK onderzoekt corruptiegevallen bij de overheid en verzorgt de aanklachten bij een speciaal daarvoor opgericht gerechtshof (Challik & Bouma, 2007).

3.3.2 Dominante positie van Jakarta

Jakarta is niet alleen de hoofdstad van Indonesië, maar is ook het politieke, economische en commerciële centrum. Jakarta is het transport knooppunt van Indonesië (Rukmana, 2007). Binnen honderd jaar is Jakarta vanuit een compacte stad met ongeveer 150 duizend inwoners uitgegroeid tot de grootste metropool van Zuidoost Azië met meer dan 20 miljoen inwoners (Silver, 2008). De drie daarop volgende steden Bandung, Soerabaya en Medan hebben gezamenlijk minder inwoners dan Jakarta (Rukmana, 2007). Voornamelijk de laatste 50 jaar is Jakarta erg hard gegroeid. Tijdens de Nederlandse kolonisatie fungeerde Jakarta als het commerciële centrum en transport knooppunt van Indonesië. Grondstoffen vanuit heel Indonesië werden via Jakarta getransporteerd naar andere delen van de wereld. "Door het achterwegen blijven van investeringen in het interregionale transport en telecommunicatie netwerk verkozen investeerders Jakarta boven de andere regio's" (Rukmana, 2007). Jakarta domineert niet alleen in het stedelijke systeem van Indonesië maar ook in het economische. In tabel 3.1 is te zien dat Jakarta voornamelijk domineert door de aanwezigheid van de financiële en zakelijke sector. Ook de sectoren bouw, handel, transport en diensten dragen hieraan bij. Rukmana (2007) geeft verder aan dat Jakarta zich ontwikkelt van een industriële stad naar een service gerichte stad. Enkele industriële ondernemingen hebben zich verplaatst vanuit het centrum van Jakarta naar de periferie. Dit verandert niet veel aan de concentratie van de industriële sector.

Tabel 3.1 Bijdragen van Jakarta aan het bruto binnenlandse product (BBP) van Indonesië.

Sector	2000		2005	
	Indonesië BBP*	Jakarta Bijdragen	Indonesië BBP*	Jakarta Bijdragen
Landbouw	218.0	0.2 %	234.6	0.1 %
Mijnbouw	175.3	0.0 %	182.6	0.0 %
Industrie	315.0	13.6 %	490.7	10.4 %
Elektriciteit, gas en water	16.6	10.0 %	16.1	12.3 %
Bouwnijverheid	76.5	31.8 %	111.1	26.2 %
Handel, hotel en restaurant	199.1	17.9 %	275.4	23.1 %
Transport en communicatie	62.4	21.0 %	116.0	20.1 %
Financieel en zakelijk	80.5	63.4 %	146.3	62.1 %
Diensten	121.8	15.7 %	176.7	19.3 %
Totaal	1.265.0	14.9 %	1.749.5	16.9 %

* In triljoen Rupiah en gebaseerd op de prijzen van het jaar 2000

Bron: Indonesische centrale bank voor de statistiek. In: Rukmana, 2007.

Henderson (2003) geeft aan dat vriendjespolitiek zoals in Indonesië kan leiden tot beperkingen op uitgifte van vergunningen en productielicenties. Hierdoor worden ondernemingen aangemoedigd zich in de hoofdstad te vestigen. Dit stelt vervolgens ambtenaren en politici in staat om zonder de concurrentie van andere gebieden prijzen van huren en licenties vast te stellen. Tevens concludeert Henderson (1996) uit eigen onderzoek dat de locatiekeuze van ondernemingen op Java, nadelig reageren op gebieden met hoge lonen, kleine lokale markten en slechte infrastructuur. Industriële ondernemingen hebben een voorkeur voor gebieden met een industriële historie waar allerlei voordelen uit externe condities behaald worden (Henderson & Kuncoro 1996).

3.3.3 Arbeidsmarkt

Van de 237 miljoen inwoners in Indonesië behoren er 145 miljoen tot de beroepsbevolking (Country Forecast, 2009 in EVD, 2009). Werkeloosheid vormt een groot probleem, 8,4 % (2008) van de beroepsbevolking is werkloos en nog eens 30 miljoen inwoners zijn gedeeltelijk werkloos. De groep van werklozen wordt voornamelijk gevormd door laag opgeleiden jongeren tot 25 jaar (EVD, EIU & Datamonitor, 2008). Indonesië behoort tot de laagste lonenlanden in de Aziatische regio, het loon blijft echter de laatste jaren wel stijgen. In 2009 steeg het loon in één jaar ongeveer 10%. Het minimumloon verschilt per provincie of district. Het ontslaan van medewerkers kan lastig verlopen, tevens dient er een ontslag vergoeding te worden betaald (EVD, 2008).

3.4 Directe buitenlandse investeringen

De stroom van buitenlandse investeerders naar Indonesië vond plaats in twee golven. De eerste golf vond plaats in 1988-1990 toen de productie industrie grote export georiënteerde buitenlandse investeerders uit Oost Azië binnenhaalde. De tweede golf kwam tot stand in 1994-1995 toen een grootschalige liberalisering van het buitenlandse investeringsregiem plaats vond (Thee, 2006ab). De waarde van de directe goedgekeurde buitenlandse investeringen bedroeg in 2007 40,1 miljard US dollar. In 2006 bedroeg dit 15,7 miljard. Deze investeringen worden voornamelijk gedaan in de sectoren vervoer, opslag en telecommunicatie. De vijf belangrijkste landen voor buitenlandse investeringen in Indonesië zijn achtereenvolgens: Singapore, Verenigd Koninkrijk (865,8 miljoen US Dollar, 2007), Zuid-Korea, Japan en Taiwan. Nederland is met 645 miljoen US Dollar (2007) na het Verenigd Koninkrijk de grootste Europese investeerder (Centrale Bank in EVD 2009). Cijfers van de Nederlandsche Bank en Indonesische Centrale Bank laten andere cijfers zien. Dit is gedeeltelijk te verklaren doordat Nederlandse ondernemingen via dochterondernemingen in voornamelijk Aziatische landen in Indonesië investeren. De EVD schat in dat er “2.700 Nederlandse ondernemingen actief zijn in Indonesië”. Hiervan zijn 2.000 ondernemingen importeurs. Ongeveer 100 ondernemingen met productie en dienstverlenende activiteiten zijn daadwerkelijk in Indonesië gevestigd. Deze ondernemingen zijn voornamelijk actief in de landbouw, verwerkende industrie en groothandel. De grootste Nederlandse ondernemingen zijn: Rabobank (financiële dienstverlening), Unilever

(voedingsmiddelen), DSM (chemie), Friesche Vlag (voedingsmiddelen), Heineken (voedingsmiddelen), Numico (voedingsmiddelen), Philips (consumentengoederen), Akzo Nobel en Perfetti-Van Melle (voedingsmiddelen) (EVD, 2009). Indonesië voert in 2008 voor 139 miljard US Dollar uit en voor 116 miljard in (EIU, 2009 in EVD 2009) Hiervan voert Nederland 1,95 miljard in en 772,1 miljoen uit naar Indonesië. De in en uitvoer cijfers laten geen duidelijke trend zien, Indonesië heeft al wel geruime tijd een handelsoverschot met Nederland. De producten die Nederland invoert, bestaan voornamelijk uit: voedingsmiddelen, dierlijke en plantaardige oliën en vetten, chemische producten, steenkool, kurk- en houtwaren, non-ferrometalen en tin(legeringen), kantoormachines en computers en toestellen voor telecommunicatie. De belangrijkste exportproducten vanuit Nederland naar Indonesië zijn zuivelproducten, bereide voedingsmiddelen, papierstof en papierafval, chemische producten en leer (EVD, 2009).

3.4.1 Ranglijsten

De Wereldbank onderzoekt of regelgeving van landen economische activiteiten stimuleert of juist beperkt. Aan de hand van een aantal indicatoren wordt gemeten hoe landen scoren op het gebied van regelgeving en eigendomsbescherming om zodoende een beeld te geven van het investeringsklimaat. Indonesië staat op de ranglijst genaamd ‘gemak om zaken te doen’ op de 129^{ste} plaats van de 181 economieën die worden gemeten. Hoewel het aantal dagen dat nodig is om een onderneming te starten sterk is afgenomen, is deze nog vrij hoog in vergelijking van andere (Aziatische) landen. (World Bank, 2009). De ‘Heritage Foundation’ index geeft inzicht in de economische vrijheid van landen. Indonesië staat op deze lijst op de 131^{ste} plaats van 183 landen en op de 27^{ste} plaats van 41 landen in de Azië Pacific regio (Miller & Holmes 2009). Het World economic forum onderzoekt de factoren die van belang zijn voor “nationale economieën om duurzame economische groei te realiseren en welvaart op de lange termijn te creëren” (Porter & Schwab, 2008). Deze ranglijst is gebaseerd op instituties, beleid en factoren die de productiviteit en daarmee het concurrentievermogen van een land bepalen. Van de 134 landen op deze lijst scoort Indonesië de 55^{ste} plaats. De ranglijsten die hierboven zijn genoemd, zijn terug te vinden in bijlagen 2 ranglijsten Indonesië. De waarde van deze landen lijsten wordt soms in twijfel getrokken. Zo beschrijft Moesen (2004) deze als ‘orakel’, uitkomsten zijn mogelijk afhankelijk van subjectieve percepties.

3.4.2 Bedrijfsvestiging

Buitenlandse ondernemingen zijn vrij zich overal in Indonesië te vestigen, met als uitzondering fabrieken die zich moeten vestigen in speciale gebieden voor de industrie of op industrieterreinen. Indonesië kent hiervoor zeven ‘bonded zones’ de grootste zijn te vinden in Jakarta en Batam (eiland tegenover Singapore). Deze ‘bonded zones’ zijn vrijgesteld van import, heffingen en belastingen, BTW en belastingen op luxegoederen. Ook zijn er 40 ‘industrial estates’ aangewezen als voornaamste ontwikkelingsgebieden (EVD, 2008). Het is voor buitenlanders niet mogelijk om grond in eigendom te hebben. Wel kunnen zij gebruik maken van het gebruikersrecht. De duur en rechten zijn afhankelijk van de doeleinden van gebruik. Zolang de buitenlandse activiteiten ten goede komen aan de economische ontwikkeling van het land, kan het gebruikersrecht op deze gronden worden verlengd. De Indonesische overheid hanteert een lijst met sectoren die gesloten, open of beperkt geopend zijn voor investeringen. De mate waarin een buitenlandse onderneming een belang in een Indonesische onderneming mag verwerven is afhankelijk van de sector. De BKPM is de overheidsinstantie die buitenlandse investeringsvoorstellen beoordeeld en vestigingsvergunningen afgeeft (EVD, 2008). Buitenlandse ondernemers kunnen via deze instantie een kantoor (‘Representative office’) openen om bijvoorbeeld een distributienetwerk of verkoopcampagne voor te bereiden. Handelsactiviteiten mogen vanuit dit kantoor niet verricht worden. Om zelfstandig commerciële activiteiten te ontplooiën is de rechtsvorm ‘Perseroan Terbatas’ (PT) noodzakelijk, deze is vergelijkbaar met de Nederlandse BV. De rechtsvorm PT PMA (Penanaman Modal Asing) is nodig om als buitenlandse investeerder eigenaar van de onderneming te worden. Het vermogen wordt hierbij als aandelen kapitaal ondergebracht. (Challik & Bouma, 2007). Een PT dient door minimaal twee aandeelhouders te worden opgericht (Ernst & Young, 2006). In 1994 veranderen de joint venture vereiste voor buitenlandse investeerders. Hierdoor werd het mogelijk om in bepaalde sectoren die onder de BKPM vallen, een meerderheidsbelang tot 100% in handen te krijgen. Hoewel er nog steeds een gedeelte van het aandelen kapitaal in Indonesische handen moet worden overgedragen is hier geen minimumpercentage

aan gesteld. Ook het minimale investeringsbedrag werd vrijgesteld. De olie en gaswinning en de bancaire en financiële sector behouden een afzonderlijke regelgeving (Bakker, 1994 & Nieuwenhuys, 1995).

3.5 Instituties en instanties

Instituties zijn volgens North (1990), door de mens bedachte beperkingen die vormgeven aan menselijke interactie. “Instituties zijn een krachtige voorspeller van buitenlandse investeringen” (Ali et al., 2008). Bescherming van eigendomsrechten door de rechtsstaat en onteigeningsrisico’s zijn hier het meest van invloed op. De invloed van instituties op buitenlandse investeringen speelt voornamelijk een rol in de industriële, en dienstensector maar nauwelijks in de primaire sector. Volgens Ali is de “impact van instituties op buitenlandse investeringen vergelijkbaar met die van de macro economische stabiliteit en is veel groter dan de invloed van belastingen en de kwaliteit van infrastructuur”. Bij de investeringsbeslissing wordt gekeken naar de totale kwaliteit van instituties en niet naar elementen hieruit. In veel andere studies wordt deze relatie niet gelegd. Dat komt volgens Ali door de geringe omvang van deze studies. Efficiënte wetgeving en juridische instellingen bevorderen duurzame economische activiteiten. Instituties zijn in staat om een “controleerbare structuur van verwachtingen” te creëren. Dit neemt gedeeltelijk onzekerheden weg waardoor bedrijfsrisico’s verkleind worden (Rajenthiran, 2002). Een inefficiënt juridisch systeem verhoogt de transactiekosten waardoor op lange termijn minder investeringen plaats vinden. Indonesië heeft te maken met bureaucratie, corruptie, onduidelijkheden over implementatie van wetgeving en bevoegdheden van overheidsorganen. De Indonesische overheid heeft het initiatief genomen om de bureaucratie te verminderen door investeringsaanvragen te vereenvoudigen en beter te stroomlijnen. Het is echter de vraag of in het kader van de wet op de regionale autonomie lagere overheidsorganen hiertoe instaat zullen zijn. Het overhevelen van bevoegdheden en taken naar lagere overheden gaat gepaard met hoge kosten, administratieve en logistieke problemen (Rajenthiran, 2002). In “the global competitiveness index” is te zien hoe Indonesië scoort op het gebied van instituties ten opzichte van andere landen. Van 134 landen scoort Indonesië de 117^{de} plaats voor ‘eigendomsrechten’ en de 102^{de} plaats voor de ‘bescherming van intellectuele eigendom’ (Porter & Schwab, 2008). Kaufmann et al., (2009) ontwikkelde indicatoren om ‘governance’ van landen en gebieden te meten, dit wordt gedaan aan de hand van zes indicatoren die bestaan uit honderden variabelen, afkomstig uit 35 data bronnen van 33 organisaties. In tabel 3.2 is weergegeven hoe Indonesië scoort op het bestuurlijke vlak. Hierboven is reeds genoemd dat ‘eigendomsrechten’ en ‘rechtszekerheid’ een grote invloed hebben op buitenlandse investeringen, deze elementen zijn in figuur 3.2 in gedeeld onder rechtsstaat.

Tabel 3.2 Indicatoren van ‘governance’ in Indonesië en Nederland, 2008

Indicatoren	Score Indonesië	Score Nederland
Inspraak en uitingsvrijheden inwoners	44.2	99.0
Politieke stabiliteit en afwezigheid van geweld	15.8	80.3
Doeltreffendheid van de regering	47.4	95.7
Kwaliteit van overheid	45.4	97.1
Rechtsstaat	28.7	94.7
Controle van corruptie	31.4	97.1

Schaal: 0 (laagst) tot 100 (hoogst)

Bron: Kaufmann et al., 2009

3.5.1 Handelsbetrekkingen

Indonesië heeft diverse overeenkomsten met Nederland en de Europese Unie. Deze overeenkomsten hebben onder meer betrekking op economische samenwerking, bevordering en bescherming van investeringen, douaneverdragen, belasting heffingen, handel in textielproducten en ontwikkelingssamenwerking. Indonesië is lid van de ASEAN, (Association of Southeast Asian Nations) Free Trade Area (AFTA). Deze organisatie tracht een economisch blok tussen tien Aziatische landen te realiseren. Het bevorderen van economische, culturele en politieke samenwerking is hun doel (EVD, 2008). Indonesië heeft als onderdeel van ASEAN een individueel vrijhandelsovereenkomsten (FTA’s) met ASEAN China, ASEAN Zuid Korea en Japan.

Onderhandelingen over handels overeenkomsten zijn gaande met Australië, Pakistan, Verenigde Staten en de ASEAN-FTA met de EU (EVD, 2008).

3.5.2 Invoerbepkeringen

De meeste goederen kunnen zonder speciale vergunning worden ingevoerd. Alleen “voor onder meer primaire landbouwproducten, voedingsmiddelen, dranken, explosieve, medicijnen, cosmetica, insecticiden, plastic, farmaceutische producten en melkpoeder gelden invoerrestricties” (EVD, 2008). Ook is er een invoerverbod op een aantal afval stoffen, gebruikte vrachtauto's, gebruikte kapitaalgoederen en gereedschappen, ozonlaag aantasten producten en goederen afkomstig uit Israël.

3.5.3 Incentives

In 1967 ontstond de noodzaak om incentives in te voeren om buitenlandse investeerders aan te trekken. Dit leek noodzakelijk omdat ondernemingen onder president Sukarno uit Indonesië waren gezet. In 1984 kwam hier een abrupt einde aan waarna in 1996 en 2000 opnieuw incentives ingevoerd werden om investeerders aan te trekken en vast te houden. Wells et al. (2001) vinden maar weinig bewijs dat buitenlandse investeringen in Indonesië zijn afgenomen in tijden dat er geen incentives werden verstrekt. Zelf niet toen omliggende landen doorgingen met het verstrekken van incentives. Deze zijn voor veel buitenlandse investeerders dan ook niet of nauwelijks van invloed op de investeringsbeslissing, daar waar dit wel het geval is wegen de incentives kosten niet op tegen de voordelen (Gillis, 1985). Het effect van incentives verschilt tussen investeerders of investeringen. Incentives lijken meer effect te hebben op buitenlandse investeerders gericht op export dan op investeringen gericht op de lokale markt. Indien van belang zijnde (locatie) factoren gelijk zijn tussen markten of gebieden kan een incentive wel effect hebben op de locatiekeuze. Dit is veelal het geval binnen een land of 'free trade area' en minder tussen landen. Ondanks dat er geen hard bewijs is dat Indonesië buitenlandse investeerders heeft verloren aan landen in de regio doordat deze betere incentives boden, geloven veel hoog geplaatste ambtenaren hier wel in. Ook is het mogelijk dat incentives zijn verstrekt op vriendschappelijke basis en niet op basis van economische analyses. Daarbij komt dat het verstrekken van incentives makkelijker is dan het oplossen van echte problemen op het gebied van economische stabiliteit, corruptie en bureaucratie. De BKPM is verantwoordelijk voor het aantrekken van buitenlandse investeerders maar niet voor de kosten die daarbij worden gemaakt (Wells et al., 2001). De nieuwe investeringswet van 2007 (BKPM, 2007abc) zorgt voor verbeteringen op de buitenlandse investeringswet van 1967 en de binnenlandse investeringswet van 1968 op het gebied van versimpeling van regelgeving, bescherming van eigendommen en belasting incentives bij investeringen. Deze incentives zijn erop gericht investeerders aan te trekken in afgelegen gebieden en speciale economische zones, voor investeringen in de infrastructuur, R&D en arbeidsintensieve sectoren. Deze incentives worden uitgegeven in de vorm van verlaging van belasting en invoerrechten (OECD, 2008).

3.5.4 Instanties

BKPM

Overheidsinstantie 'Badan Koordinasi Penanaman Modal' (BKPM) is verantwoordelijk voor de promotie van buitenlandse investeringen en in de meeste gevallen ook voor de autorisatie van investeringsaanvragen.

INA

Sinds 1978 is de INA (Indonesian Netherlands Association) de Indonesische Benelux kamer van koophandel. Deze instantie informeert en adviseert (Nederlandse) ondernemers “op het gebied van marktontwikkeling, wetgeving en management” (Challik & Bouma, 2007). Verder organiseert de INA handelsmissies en brengt zij ondernemers met elkaar in contact.

3.6 Conclusie

De achtergrondinformatie over Indonesië geeft voornamelijk vanuit de bestuurlijke en economische situatie in Indonesië inzicht in de locatiekeuzes van buitenlandse ondernemingen. Veel van deze achtergrondinformatie vindt voornamelijk aansluiting met de institutionele benadering die in het theoretische kader beschreven is. Factoren zoals transportkosten en marktinformatie uit de klassieke en

neoklassiek locatietheorieën zijn hier niet of in mindere maten aan de orden gekomen. Deze achtergrondinformatie geeft voornamelijk inzicht in de locatiekeuze van buitenlandse ondernemingen voor de keuze van Indonesië. En verder voor die ondernemingen die op het regionaal ruimtelijke schaalniveau voor Jakarta hebben gekozen. Deze achtergrondinformatie geeft al enig inzicht in hoe het locatiekeuzeproces van buitenlandse ondernemingen in Indonesië is verlopen of welke elementen daar belangrijk bij kunnen zijn. Om meer inzicht te krijgen in hoe dit locatiekeuzeproces er werkelijk uit ziet, is hier verder onderzoek naar gedaan. In hoofdstuk 4 is een toelichting gegeven over hoe de achtergrondinformatie over Indonesië is gebruikt in dit onderzoek, zie hiervoor paragraaf 4.5. In hoofdstuk 8 de conclusie is aangegeven welke delen uit de hierboven beschreven achtergrondinformatie aansluiten bij de bevindingen in dit onderzoek.

Hoofdstuk 4 Onderzoeksopzet en uitvoering

4.1 Inleiding

Dit onderzoek geeft inzicht in het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië. In hoofdstuk 1 is deze doelstelling reeds beschreven. De bijbehorende onderzoeksvragen geven specifiek aan naar welke inzichten er wordt gezocht. Om deze onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden en tot het gewenste inzicht te komen, wordt er een interview programma afgenomen in Indonesië. Tijdens dit interview programma worden gegevens verzameld die later verwerkt en geanalyseerd worden ter beantwoording van de onderzoeksvragen. Nadat de doelstelling en vraagstelling zijn geformuleerd is het onderzoek verder afgebakend door de onderzoekspopulatie en het geografische gebied nader te definiëren. Dit hoofdstuk beschrijft de keuzes die zijn gemaakt ten aanzien van het onderzoeksgebied en populatie. Vervolgens is toegelicht waarom voor een kwalitatieve onderzoeksbenadering is gekozen en op welke wijze vorm is gegeven aan de data verzameling in het interview programma. Hier is ook ingegaan op het verloop van de interviews. In de laatste paragraaf zijn de data verwerking en analyse toegelicht.

4.2 De onderzoekspopulatie

In de onderzoeksdoelstelling bestaat de onderzoekspopulatie uit: “Nederlandse ondernemingen gevestigd in Indonesië”. Deze paragraaf geeft een toelichting op welke onderneming hiertoe gerekend worden en hoe tot een selectie is gekomen. Dit onderzoek richt zich in beginsel op ondernemingen die hun oorsprong in Nederland vinden en vervolgens een vestiging in Indonesië hebben geopend. Nederlandse ondernemers die zich direct in Indonesië hebben gevestigd zonder eerst een onderneming in Nederland te realiseren worden ook in dit onderzoek meegenomen. In een aantal gevallen is het lastig te bepalen in welke mate een onderneming zijn oorsprong in Nederland vindt. Door splitsingen, overnames, fusies en joint ventures met buitenlandse ondernemingen wordt de Nederlandse oorsprong vervaagd. In hoofdstuk 5 is daarom een beschrijving gegeven van de relatie die de onderzochte ondernemingen hebben met Nederland. Het probleem bij het beschrijven van de omvang van de onderzoekspopulatie is enerzijds, de bruikbare data die voorhanden is over deze groep en anderzijds de definitie die hierbij wordt gehanteerd. De EVD schat dat er “2.700 Nederlandse ondernemingen actief zijn in Indonesië, hiervan zijn 2.000 ondernemingen importeurs en ongeveer 100 ondernemingen gevestigd in Indonesië” (EVD, 2009).

4.2.1 Selectie van respondenten

Doordat het lastig bleek om ondernemingen te benaderen voor een interview is er in de onderzoeksopzet voor gekozen om zoveel mogelijk ondernemingen te benaderen. Hierdoor zijn de onderzochte ondernemingen in veel verschillende sectoren en specifieke gebieden binnen die sectoren actief. Getracht is om de sectoren waar door veel ondernemingen in is geïnvesteerd ook terug te vinden in onder de groep van onderzochte ondernemingen. De sectoren waar veel Nederlandse ondernemingen in hebben geïnvesteerd zijn opgenomen in bijlagen 3.

Om beschikking te krijgen over nauwkeurigere data over ‘Nederlandse ondernemingen in Indonesië’ is er contact gezocht met de ‘EVD’, de ‘European Business Chamber of Commerce’ in Indonesië (Eurocham) en de ‘Nederlandse Ambassade’ in Jakarta. Deze instanties verwijzen allen naar de ‘Indonesische Nederlandse Associatie, INA. De INA beschikt alleen over een lijst met ondernemingen die lid zijn van hun organisatie. Dit zijn er naar eigen zeggen meer dan 250. De INA heeft een lijst met 14 Nederlandse ondernemingen gevestigd in Jakarta, Bandung en Purwakarta beschikbaar gesteld (2008). De BKPM heeft een lijst ‘van investeringsrealisaties in de periode 1 januari 1990 tot 29 februari 2008 met als herkomst land Nederland’ beschikbaar gesteld. Op deze lijst staan alleen investeringsrealisaties die vanuit Nederland zijn aangevraagd en door de BKPM worden behandeld. Ook ondernemingen die hun oorsprong niet in Nederland vinden, maar hun investeringsaanvraag wel via Nederland laten verlopen maken deel uit van deze lijst. Dit gebeurt mogelijk doordat het hoofdkantoor of investeringsmaatschappij in Nederland is gevestigd. Op de lijst van de BKPM staan 266 ondernemingen. Hiervan staan 69 ondernemingen dubbel op de lijst of behoren tot hetzelfde concern zoals ‘Philips Indonesia’ en ‘Philips development corporation’. Dubbele namen zijn uit het

bestand verwijderd voor zover dat aan de naamgeving direct te zien is. Het is niet duidelijk hoeveel onderneming hun oorsprong niet in Nederland vinden, van ondernemingen als 'Sony', 'Coca-cola' en 'Pepsi-cola' is dit wel bekend. Vervolgens zijn via het internet de e-mail adressen van deze ondernemingen achterhaald. Van 58 ondernemingen werd geen e-mail adres gevonden. Naar 139 ondernemingen is een e-mail verstuurd met als doel:

- Het vast stellen van de relatie tussen de onderneming en Nederland.
- Het in contact komen met (de juiste personen binnen deze) ondernemingen.
- Het inventariseren welke ondernemingen deel willen nemen aan dit onderzoek.

De e-mail is verstuurd naar zoveel mogelijk medewerkers binnen de ondernemingen. Op deze manier wordt de kans groter in contact te komen met de persoon binnen de onderneming die het beste op de hoogte is van de locatiekeuze van de onderneming. Door 102 ondernemingen wordt nooit gereageerd op de e-mail, hier komt dus nooit een contact mee tot stand. In een aantal gevallen bleek het e-mail adres niet juist te zijn maar in de meeste gevallen werd er geen reactie terug gestuurd. Dit blijkt uit de leesbevestigingen die terug zijn ontvangen maar waar vervolgens geen reactie van kwam. Van de 37 ondernemingen die wel reageren gaven er 13 aan niet mee te kunnen of willen werken aan dit onderzoek. Hiervan geeft een aantal respondenten wel aan wat de rede is dat hun onderneming in Indonesië actief is. Twee ondernemingen bleken in eigendom te zijn van een Amerikaanse onderneming en één van een Zwitserse. Eén onderneming bleek onderdeel te zijn van een concern waar al contact mee was gelegd. Van de overgebleven ondernemingen waren er 20 bereid een afspraak voor een interview te maken, uiteindelijk is dat bij 14 ondernemingen gelukt. Met behulp van de INA ledenlijst, is het gelukt om met nog 2 ondernemingen meer in contact te komen. Deze ondernemingen staan niet op de lijst met investeringsrealisaties van de BKPM. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat op deze lijst alleen investeringsrealisaties staan vermeld en geen investeringsaanvragen. Ten tijde van de interviews zijn beide onderneming recent opgericht. Het totaal aantal afgenomen interviews bij ondernemingen in Indonesië komt hiermee op 16.

Naast de 16 interviews met ondernemingen in Indonesië zijn er interviews gehouden met medewerkers van de BKPM, de INA, de FCGI, een adviseur en een aantal professoren aan de Gadjah Mada Universiteit (UGM). Het contact met de Gadjah Mada Universiteit kwam tot stand door een relatie tussen deze Universiteit en de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen (RUG). De BKPM, INA en FCGI zijn benaderd middels een e-mail. Deze instanties zijn bereid deel te nemen aan dit onderzoek. De rol van deze instanties in het locatiekeuzeproces van ondernemingen wordt daarom nader bekeken. Het contact met de adviseur in Indonesië kwam door een toevallige ontmoeting tot stand. Deze interviews maken het mogelijk om vanuit verschillende invalshoeken en op diverse niveaus het onderwerp 'locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen in Indonesië' te kunnen benaderen. Ook na herhaaldelijk verzoek bleek het niet mogelijk om een interview te hebben met de volgende instanties: EVD (agentschap van het ministerie van Economische Zaken, internationaal ondernemen), EuroCham (The European Business Chamber of Commerce in Indonesië), Nederlandse ambassade in Jakarta, en diverse leden van het PUM (Netherlands senior experts). Veelal verwijzen deze instanties bij een verzoek om informatie direct door naar de INA of EVD.

4.3 Geografisch onderzoeksgebied

De keuze van het onderzoeksgebied komt voort uit de interesse van de onderzoeker in het werkveld economische geografie en in het bijzonder de locatiekeuze van globaliserende ondernemingen. De relatie tussen de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de RUG en de faculteit Geography van het UGM in Indonesië heeft de keuze voor Indonesië als geografisch onderzoeksgebied bepaald. Daar bij komt dat de gezamenlijke geschiedenis van Nederland en Indonesië en de ontwikkelingen op het gebied van decentralisatie en buitenlands investeringsbeleid het interessant maken Indonesië als onderzoeksgebied te kiezen. Paragraaf 4.2 beschrijft hoe er tot een selectie van onderzochte ondernemingen, instanties en deskundigen is gekomen. Door deze selectie is het geografische onderzoeksgebied ook grotendeels bepaald. De onderzoeker gaat immers de participanten die deel willen nemen aan dit onderzoek bezoeken. Hieronder zijn enkele kenmerken van het geografisch onderzoeksgebied weergegeven en is er getracht een beeld te geven van de locaties waarop de ondernemingen zich bevinden binnen dit geografisch onderzoeksgebied.

Met ruim 18 duizend eilanden is Indonesië de grootste archipel ter wereld. Ongeveer 6 duizend eilanden zijn bewoond. Indonesië is van Oost naar West gemeten ongeveer vijfduizend kilometer breed en van Noord naar Zuid gemeten tweeduizend kilometer lang. Het land heeft een totale oppervlakte van ruim 1.9 miljoen km². Jakarta is de grootste stad met 8.9 miljoen inwoners en ligt in het verstedelijkte gebied genaamd 'Jabodetabek' (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang en Bekasi). Naar schatting telt het gebied meer dan 20 miljoen inwoners. De qua grootte daarop volgende steden zijn Bandung, Soerabaya, Medan, Palembang en Semarang (EVD, 2008). Jakarta domineert overduidelijk zowel het economische als stedelijke systeem van Indonesië (Rukmana, 2007 & 2008).

Om een beeld te geven over de locaties waarop Nederlandse ondernemingen zich bevinden, is gebruikt gemaakt van de lijst van de BKPM. Deze lijst bevat adressen van ondernemingen die een investering hebben gerealiseerd in Indonesië. Deze lijst geeft echter geen volledig beeld van vestigingslocaties van Nederlandse ondernemingen. Zo staan niet alle bedrijfslocaties van een onderneming op deze lijst. In de meeste gevallen betreft het de locatie van het hoofdkantoor of locatie bij oprichting waardoor de lijst niet meer accuraat is. Toch geeft het een beeld van de spreiding van Nederlandse onderneming over Indonesië. Van de 197 ondernemingen die op de BKPM lijst staan, is van 189 de stad of eiland bekend. Een analyse van deze lijst heeft het volgende resultaat opgeleverd.

Tabel 4.1 Aantal ondernemingen per locatie.

<p>131 Jakarta of omgeving (Van 92 ondernemingen is bekend welk gedeelte van Jakarta)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 47 Jakarta Selatan (Zuid) • 10 Jakarta Pusat (centrum) • 8 Bekasi (Industriegebied buiten Jakarta) • 6 Jakarta Timur (Oost) • 6 Jakarta Utara (Noord) • 6 Tangerang (voorstad/ industriegebied/ Internationale luchthaven) • 5 Jakarta Barat (West) • 2 Depok, 1 in Karawang en 1 in Purwakarta (voorsteden/ industriegebieden) <p>15 Bali waarvan alle in Noordelijk gedeelte (Toeristisch gebied/ omgeving Kuta)</p> <p>11 Soerabaya of omgeving</p> <p>9 Semarang of omgeving</p> <p>7 Medan of omgeving</p> <p>4 Bandung, 3 Bogor en 1 omgeving Jogjakarta</p> <p>2 Lombok, 2 Papoea, 2 Sulawesi, 1 Molukken, 1 Batam</p>
--

Bron: BKPM, 2008

Uit deze lijst is een selectie gemaakt van steden en regio's die bezocht worden ten behoeven van het empirische onderzoeksgedeelte. Deze selectie is gemaakt op grond van de volgende overwegingen.

- Het niet mogen voorbij gaan aan de dominante positie van Jakarta in het economische systeem in Indonesië
- De mogelijkheden in tijd en geld om de verschillende steden en gebieden te bezoeken.
- Het aantal ondernemingen in een gebied dat bereid is deel te nemen aan het onderzoek (14 in Jakarta, 2 op Bali, 2 in Bandung, 1 op Lombok, 1 in Medan, 1 in Bogor en 1 omgeving Soerabaya)
- De mogelijkheid tijdens het bezoek aan Indonesië om een afspraak te maken.
- De locatie van de INA, BKPM en UGM.

Uiteindelijk zijn Jakarta, Soerabaya, Bandung, Jogjakarta en Bali bezocht. Helaas zijn Medan, Sumatra en Lombok niet bezocht en kwam er in Soerabaya geen afspraak tot stand.

4.4 Kwalitatief onderzoek

Kwalitatief onderzoek richt zich op het beschrijven en interpreteren van gedragingen en verschijnselen. Dit type onderzoek past bij een "vraagstelling die zich richt op de aard van een sociaal verschijnsel" (Maso, 1989) en maakt gebruik van gegevens die iets vertellen over de aard, de waarde en eigenschappen van het verschijnsel.

In dit onderzoek wordt gezocht naar antwoorden op kwalitatieve vragen wat het noodzakelijk maakt om kwalitatieve gegevens te verzamelen, gebruik makend van een kwalitatieve onderzoeksmethoden. Bestaande literatuur geeft inzicht in locatietheorieën en kwantitatieve gegevens over buitenlandse investeringen in Indonesië. Wat niet bekend is hoe deze theorieën overeenkomen met de locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen in Indonesië en hoe hier locatiekeuzes op lagere schaalniveaus worden gemaakt. Een reden voor kwalitatief onderzoek met een exploratief karakter. Daarbij komt dat de onderzoeksgroep lastig te benaderen is, gegevens ontbreken over de groep en ondernemers zijn terug houdend om aan het onderzoek deel te nemen. Een kwalitatieve onderzoeksmethoden moet zorgen voor een intensieve interactie tussen onderzoeker en onderzoeksgroep, dit maakt het mogelijk vertrouwen te scheppen waardoor antwoorden wel worden gegeven. Uit het theoretisch kader in hoofdstuk 2 is duidelijk geworden dat eigenschappen van een onderneming zeer bepalend zijn voor de locatiekeuze. Gezien de omvang van en de onderlinge verschillen in eigenschappen tussen de groep van respondenten, is het doen van algemene uitspraken over de onderzoeksgroep erg lastig. Een kwalitatieve onderzoeksmethode is hierdoor beter geschikt. Hiermee kunnen achterliggende argumenten en motieven worden achterhaald wat moet leiden tot een beschrijving en interpretatie van gedragingen van ondernemers in het locatiekeuzeproces en de uiteindelijke locatiekeuze. Het kiezen voor een kwalitatieve in plaats van een kwantitatieve benadering moet leiden tot een dieper inzicht in de betekenis van antwoorden waardoor conclusies genuanceerder worden. Door de kleine onderzoeksgroep zullen naar verwachting antwoorden minder eenduidig zijn en hierdoor de uitspraken minder valide.

Pellenbarg (Reijs et al., 2001) geeft een aantal problemen die ontstaan bij “bedrijfsgericht empirisch onderzoek naar vestigingsplaatskeuzes bij individuele bedrijven/ ondernemers”. Als eerst wordt het ‘level playing field’ genoemd, dit verschijnsel doet zich voor “in de meeste ontwikkelde landen op verschillende ruimtelijke schaalniveaus”. Doordat er hier weinig verschillen zijn tussen locatiefactoren worden locatiekeuzes meer subjectief bepaald. Het tweede probleem bij dit soort onderzoek is dat de “onderzoeker te veel aan het woord” is. “Door de inkleding en variatie van de vraagstelling” bij enquêtes kan de onderzoeker makkelijk antwoorden naar voren schuiven. Tevens zijn onderzoeksgegevens lastig te vergelijken met andere onderzoeken. Het derde probleem is dat het gewicht dat aan een factor wordt toegekend vaak onduidelijk is of niet overeenkomt met andere onderzoeken (Pellenbarg in Reijs et al., 2001). Tevens noemt Pellenbarg (Reijs et al., 2001) “een aantal zaken die bijdragen aan het ondervangen van deze problemen”. Om een beter inzicht te krijgen op welke ruimtelijke schaalniveaus locatiefactoren van toepassing zijn, dient hier expliciet naar gevraagd te worden. Hier wordt veel aandacht aan besteed in dit onderzoek en staat dan ook centraal in de doelstelling. De vraag is nog maar, ‘in welke mate er sprake is van een level playing field’. Dit onderzoek richt zich immers niet op de locatiekeuze in een ontwikkeld (Europees) land. Door gebruik te maken van “(gedeeltelijk) open interviews” en “door interviews een open karakter te geven”, kan getracht worden het opdringen van antwoorden te voorkomen. Verder draagt “het sectorspecifiek maken van vragen” en “het vragen naar gewichten van factoren en deze kruisen met feitelijk gedrag” bij aan het ondervangen van de hierboven genoemde problemen bij dit type onderzoek (Pellenbarg et al., 2000 & Reijs et al., 2001). Krumme (1969) wijst erop dat in locatiekeuzeonderzoek, waar gebruikt wordt gemaakt van het interview als onderzoeksmethode, “de onderzoeker er vanuit gaat dat de oorspronkelijke redenen bij een locatiebeslissing dezelfde zijn als de antwoorden die in een later stadium worden gegeven tijdens het interview” (Krumme, 1969). Enkele beperkingen die Krumme stelt aan deze onderzoeksmethode hebben betrekking op:

- Het gebrek aan informatie over de omgeving en onderneming, wat veel kan verklaren.
- Het ontbreken van een relatie tussen de locatiekeuze en andere investeringsbeslissingen.
- Weinig diepgang in de interne overwegingen tijdens de locatiekeuze.
- Geen onderscheid in ‘pull’ en ‘push’ factoren en de kracht en elasticiteit daarvan.

Volgens Krumme kan met een interview analyse bijna geen onderscheid worden gemaakt tussen persoonlijke voorkeuren en economische overwegingen.

In dit onderzoek wordt als in de behaviorale benadering de locatiekeuze van ondernemers onderzocht. Hier in wordt middels een inductieve methode de motieven en informatie bronnen die ten grondslag liggen aan de locatiekeuze onderzocht. “Vanuit individuele waarnemingen wordt naar generalistische

uitspraken gewerkt (Atzema, 2009). Deze benadering heeft volgens Atzema (2009) weinig aandacht voor “het onderscheid tussen ruimtelijke voorkeuren en feitelijk ruimtelijk gedrag”. Deze benadering geeft inzicht en verklaringen “bij de bestudering van één of enkele ondernemingen” maar geeft echter “weinig echte verklaringen” voor ontwikkelingspatronen van bedrijfsverplaatsingen (Lambooy, 1995, 1997 & Atzema, 2009). Door de vele uitzonderingen onder invloed van persoonlijke en sociale omstandigheden zijn uitkomsten minder geschikt voor voorspellingen, maar vormen een waardevolle bijdrage vanwege het beschrijvende vermogen.

4.5 Data verzameling, het interview programma

Een geschikte kwalitatieve onderzoeksmethoden om de benodigde data te verzamelen is een interview programma. Middels interviews met diverse ondernemers, medewerkers van verschillende instanties en deskundigen waaronder professoren en adviseurs is de benodigde informatie verzameld om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Hieronder zijn de keuzes voor en het interview programma zelf beschreven.

4.5.1 Vragenlijst

Voorafgaand aan het interview programma is een vragenlijst samengesteld, de volledige vragenlijst is opgenomen in bijlagen 4 ‘Toelichting op interviews’. De vragenlijst heeft als leidraad tijdens de interviews gediend. De open vragen op deze lijst dienen als beginvraag, waarna doormiddel van doorvragen het onderwerp verder wordt uitgediept. De vragenlijst geeft zodanig structuur aan de interviews dat een vergelijking tussen antwoorden van respondenten mogelijk wordt. Er blijft voldoende ruimte over om tijdens de interviews dieper in te gaan op passerende onderwerpen. Deze vragenlijst is aan de hand van de onderzoeksvragen en met behulp van het theoretisch kader en achtergrondinformatie over Indonesië samengesteld. De onderzoeksvragen zijn hierbij leidend geweest, met de antwoorden op de interviewvragen moeten immers de onderzoeksvragen beantwoord worden. Het theoretisch kader heeft bijgedragen aan de richting waarin antwoorden gezocht moeten worden. Zo is een belangrijk uitgangspunt bij het formuleren van de interviewvragen de fasering van het locatiekeuzeproces geweest. In het theoretisch kader zijn de drie fasen gekoppeld aan de drie ruimtelijke schaalniveaus toegelicht. Zowel de onderzoeksvragen als de interviewvragen zijn zo geformuleerd dat er per schaalniveau inzicht wordt verkregen over de van belang zijnde locatiefactoren. Het locatiekeuzeproces vindt zijn ontstaan in het internationaliseringsproces, hoe dit proces ontstaat en langs welke weg internationalisering verloopt is beschreven in paragraaf 2.2 Internationaliseringsproces. Hoe het internationaliseringsproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië er uit ziet blijkt uit de vragen over de geschiedenis van de onderneming, de manier waarop de onderneming actief is en de positie die de Indonesische onderneming in neemt binnen de gehele organisatie. Een aantal interviewvragen is gebaseerd op elementen uit locatietheorieën die in paragraaf 2.3 locatie theorieën zijn beschreven. Zo komt de vraag naar de locatiekeuze van concurrenten voort uit de benadering van Hotelling en de strategische keuzebenadering waar de locatiekeuze sterk bepaald wordt door de keuze van concurrenten. Ook de nabijheid van andere ondernemingen en agglomeratievoordelen zouden bepalend zijn voor de locatiekeuze. Dit komt dan ook terug in de interviewvragen. De vragen naar de rol van de BKPM, INA en andere organisaties in het locatiekeuzeproces komen voort uit de behaviorale benadering. Bij deze benadering staat het gebruik van informatie en het soort informatie bij een locatiekeuze centraal. De institutionele benadering veronderstelt dat instituties bepalend zijn bij de locatiekeuze. Daarom zijn er ook vragen geformuleerd die in gaan op het investeringsklimaat, decentralisatie en lokale overheden om te achterhalen of zaken als wet en regelgeving of het ontbreken hiervan bepalend zijn voor de locatiekeuze. Ook de achtergrondinformatie over Indonesië heeft bijgedragen aan de samenstelling van de interviewvragen. Zo is in deze achtergrondinformatie de decentralisatie in Indonesië beschreven, wat gevolgen kan hebben voor het aantrekken van buitenlandse investeerders of het verplaatsen van reeds gevestigde ondernemingen. Daarom richt één van de hoofdvragen uit het interview zich op de gevolgen van de decentralisatie voor de locatiekeuze van buitenlandse ondernemingen. Verder is de achtergrondinformatie zeer bruikbaar gebleken bij het doorvragen tijdens de interviews. Hierdoor was het mogelijk om dieper in te gaan op bepaalde gebeurtenissen in het verleden of huidige problematiek in Indonesië zoals corruptie. Het begrijpen van de antwoorden die door de ondernemingen worden

gegeven is gemakkelijker indien de onderzoeker over een ruime hoeveelheid achtergrondinformatie beschikt.

4.5.2 Verloop van interviews

Gaande het interview programma in Indonesië is de vraagstelling van enkele vragen iets aangepast. Dit bleek noodzakelijk om de vraag duidelijk over te kunnen brengen bij de respondenten. Soms is er onduidelijkheid over wat er met een vraag bedoeld wordt, en leidt een bepaalde woordkeuze in de vraagstelling niet tot het gewenste inzicht. Daar waar is gevraagd naar “de invloed van...” is geantwoord “dat er geen sprake is van beïnvloeding van”. Het woord invloed is daarom vervangen door “de rol van...” of “het belang van/ betrokkenheid bij...”. Hierdoor is wel inzichtelijke geworden wat de betrokkenheid van derde partijen bij de locatiekeuze van ondernemingen is. De essentie van de vraag is hierdoor grotendeels ongewijzigd gebleven. Na het afnemen van een paar interviews met ondernemers is er een open interview gehouden met een adviseur over ‘buitenlandse investeringen in Indonesië’ en ‘de locatiekeuze van deze ondernemingen’. Met de kennis uit dit interview was het mogelijk om in latere interviews met ondernemers dieper in te gaan op bepaalde onderwerpen. Ook werd in latere interviews gebruik gemaakt van de vergaarde kennis uit eerdere interviews. Deze kennis is voornamelijk toegepast tijdens interviews waar de beantwoording kort was. Tijdens deze interviews is door gevraagd naar achterliggende antwoorden die tijdens andere interviews waren gegeven. Getracht is deze antwoorden niet aan de respondenten op te leggen maar slechts hun mening te vragen over de antwoorden die door anderen gegeven zijn. Er zijn twee vragen in het verloop van het interview programma bijgekomen. Zo bleek het interessant te zijn dieper in te gaan op ‘de gevolgen van decentralisatie’ en ‘de rol van lokale overheden’ bij de locatiekeuze. Beide thema’s kwamen al ter spraken tijdens de interviews maar worden door de toevoeging van twee vragen extra benadrukt. Een aantal interviews is in het Engels gehouden. Tijdens deze interviews zijn de vragen naar het Engels vertaald en aangepast op het niveau waarop Engels is gesproken. Voor zowel de interviewer als de respondenten is Engels geen moedertaal. Dit bemoeilijkt zowel de begrijpelijkheid van de vraagstelling als de beantwoording. De overige interviews zijn in het Nederlands gehouden. Wanneer er tijdens een interview sprake was van tijdgebrek of als de respondenten de vraag niet kon beantwoorden is niet dieper ingegaan op de vraag. Veelal was deze mogelijkheid er wel en gaven respondenten uit zichzelf uitvoerig antwoord of deden dit na enkele vervolgvragen. Soms was de beantwoording zo omvangrijk dat daarmee ook andere vragen op de vragenlijst al beantwoord waren. Hierdoor verschilt de omvang van beantwoording tussen interviews als mede het aantal gestelde vragen. Veel ondernemingen zijn al tientallen jaren geleden gevestigd in Indonesië. Hierdoor is het niet altijd mogelijk om de toenmalige oprichter te interviewen. Waar de vraagstelling gericht is op “wat destijds de redenen waren”, is de vraagstelling in dit geval gericht op “wat zijn de redenen nu (om te blijven)”. Over het algemeen duren de interviews anderhalf uur, met uitzondering tot 3 uur. De meeste interviews zijn afgenomen op de hoofdkantoren van de onderneming in Indonesië, enkele interviews hebben bij de ondernemer thuis of in een openbare gelegenheid plaats gevonden. Vanuit Nederland bleek het lastig om in contact te komen met ondernemers in Indonesië. Het plannen van afspraken was niet mogelijk vanwege het lastige verloop van de visum aanvraag. Ondernemers die vanuit Indonesië worden benaderd voor een interview staan hier veel opener tegenover dan wanneer dit verzoek vanuit Nederland komt. Hierdoor zijn alle afspraken ter plekke in Indonesië gemaakt. De meeste afspraken zijn niet langer dan een week van tevoren gemaakt. Hierdoor is het in Jakarta mogelijk om twee of drie afspraken op één dag te plannen. In de maanden juli, augustus, september en oktober van 2008 zijn de interviews in Indonesië afgenomen. Op het eiland Java in de steden Jakarta, Jogjakarta en Bandung, op het eiland Bali in Nusa Dua en Kuta. De meeste interviews zijn in Jakarta afgenomen. De sfeer tijdens de interviews liep uiteen van zakelijk tot informeel, maar was altijd zeer vriendelijk en plezierig. Dit blijkt uit een uitnodiging van een ondernemer om bij hem thuis Indonesisch te lunchen. Tijdens de interviews zijn aantekeningen gemaakt waarbij een aantal uitspraken letterlijk zijn genoteerd. Er is geen gebruik gemaakt van opname apparatuur, dit in de hoop eventuele terughoudendheid in het doen van uitspraken te voorkomen. In slechts een paar gevallen mocht de verstrekte informatie niet gebruikt worden indien deze in verband kan worden gebracht met de onderneming, het gaat hier dan om bedrijfsvertrouwelijke informatie. Om informatie verlies zo veel mogelijk te voorkomen zijn de aantekeningen kort na de interviews zo volledig mogelijk uitgeschreven.

4.6 Verwerking en data-analyse

De data uit de interviews is zo omvangrijk en onoverzichtelijk dat deze eerst geanalyseerd dient te worden alvorens deze de vraagstelling kan beantwoorden (Swanborn, 2003). Voor diepte interviews betekent dit vaak een interpretatieve verwerking van de data (Billiet & Waage, 2003). Om de verzamelde gegevens uit de interviews te verwerken en analyseren, is gebruik gemaakt van de protocolanalyse. Deze protocolanalyse is een methode om uitgeschreven interviews te analyseren. Hiermee kan de vraagstelling van het onderzoek beantwoord worden. Een voordeel van deze kwalitatieve analyse is dat “individuele kenmerken worden meegenomen in het onderzoek” (Zee, 2006). In deze protocolanalyse wordt ruwe data bewerkt voor verdere analyse en wordt ook wel gezien als een fase tussen waarneming en analyse, Wester (1995) beschrijft dit als ‘transcriptiesysteem’.

De interviews in dit onderzoek zijn verwerkt en geanalyseerd met de protocolanalyse die door van der Zee (2004, 2006) is beschreven. De protocolanalyse bestaat uit de volgende stappen:

- Stap 1. Schrijf al de gegevens uit tot een ruwe tekst, deze vormt het uitgangspunt van de analyse.
- Stap 2. Wis de irrelevante informatie. Laat tekst die niets te maken heeft met het onderzoeksonderwerp weg. Het toe,- en weglaten van tekst gebeurt naar inzicht van de onderzoeker
- Stap 3. Splits de tekst op in fragmenten. Zinnen worden op geknipt totdat deze één onderwerp bevatte.
- Stap 4. Label ieder fragment. Ieder tekstfragment wordt gekoppeld aan een trefwoord. Trefwoorden zijn afhankelijk van het onderwerp van onderzoek.
- Stap 5. Orden de labels. Trefwoorden uit de vorig stap dienen zodanig geordend te worden dat er een logische structuur van geclusterde trefwoorden ontstaat.
- Stap 6. Verplaats de tekstfragmenten onder de labels, al de tekstfragmenten van al de respondenten over één onderwerp worden bij elkaar gezet. Tekstfragmenten die niet onder één bepaald label passen worden onder ‘overig’ geplaatst. Mogelijk worden interessante en/of relevante tekstfragmenten later als nog opgenomen in de tekst.
- Stap 7. Herschrijf de tekst. Hier worden meningen van respondenten samengevoegd of tegen elkaar afgezet. De tekst wordt leesbaar gemaakt, maar mag de inhoud niet beïnvloeden.

De herschreven tekst is geen samenvatting (van de antwoorden) per participant. Er wordt juist gezocht naar een patroon in alle antwoorden. Hiervoor dienen de antwoorden van alle participanten samengevoegd te worden per onderwerp. Door te kijken naar de verschillen en overeenkomsten in de antwoorden, kan mogelijk op basis hiervan een onderverdeling van participanten in groepen gemaakt worden. Vervolgens wordt er gezocht naar verklaringen van, overeenkomsten en verschillen tussen en binnen groepen. Baarda et al. (2005) komt met een vergelijkbare analyse methode en geeft daarbij een duidelijke invulling aan de stappen. De analyse in de laatste stap is afhankelijk van de aard van de vraagstelling: is deze beschrijvend, explorerend of verklarend. Door het “veelvuldig gebruik maken van citaten” (Billiet & Waage, 2003) worden uitkomsten verduidelijkt. Citaten mogen echter niet tot één respondent terug te herleiden zijn. Om de lezer “de leefwereld van het geobserveerde veld te laten aanvoelen” worden de taal en concepten van de respondenten gebruikt in de verslaglegging. (Billiet & Waage, 2003). De gevonden patronen en verklaringen worden gekoppeld aan de informatie uit hoofdstuk 2 theoretisch kader en hoofdstuk 3 Indonesië. Hiermee kan per onderzoeksvraag een conclusie geformuleerd worden. Hieruit wordt een slotconclusie geformuleerd om antwoord te geven op de centrale onderzoeksvraag.

Hoofdstuk 5. Nederlandse ondernemingen in Indonesië

5.1 Inleiding

Tijdens het interviewprogramma in Indonesië zijn gegevens verzameld over het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië. De resultaten uit dit interviewprogramma zijn in drie hoofdstukken beschreven. In dit hoofdstuk ligt de nadruk op het beschrijven van de onderzochte ondernemingen en de vestigingsplaatsfactoren die op de drie ruimtelijke schaalniveaus van belang zijn geweest bij de locatiekeuze. In hoofdstuk 6 ligt de nadruk op de betrokkenheid van organisaties bij de locatiekeuze van ondernemingen. Hoofdstuk 7 gaat in op het Indonesische vestigingsklimaat.

Dit hoofdstuk is als volgt ingedeeld. Paragraaf 5.2 geeft een beschrijving van de onderzochte ondernemingen. Hier wordt ingegaan op de sectoren waar deze ondernemingen in geïnvesteerd hebben. Ook komen hier de geschiedenis en activiteiten van de ondernemingen en respondenten in Indonesië aan de orde. Het tweede deel van dit hoofdstuk gaat in op de locatiekeuze op drie ruimtelijke schaalniveaus namelijk: land, regio en vestigingslocatie. In dit gedeelte is het locatiekeuzeproces van de onderzochte ondernemingen beschreven. Tot slot zijn alle vestigingsplaatsfactoren in dit proces samengevat in een tabel.

5.2 Onderzochte ondernemingen

In dit onderzoek is aan 16 ondernemingen gevraagd naar hun locatiekeuze in Indonesië. De aard van deze ondernemingen geeft al enige verklaring van hun keuze. En een beschrijving van de personen met wie een interview is geweest, geeft meer inzicht in de betrouwbaarheid van antwoorden.

Allereerst is een vergelijking gemaakt tussen de ondernemingen die deelnemen aan het interviewprogramma en de overige ondernemingen op de lijst van de BKPM. Deze vergelijking laat zien in welke sectoren deze groepen investeren. Daarna volgt meer achtergrondinformatie die tijdens de interviews over de ondernemingen is verzameld.

Investeringssectoren

In deze vergelijking is de groep onderzochte ondernemingen vergeleken met alle ondernemingen die voorkomen op de lijst van de BKPM. Deze vergelijking laat zien in welke sectoren veel ondernemingen hebben geïnvesteerd en in welke sectoren de onderzochte ondernemingen hebben geïnvesteerd. De lijst van de BKPM is niet volledig. Zo zijn onder meer financiële organisaties niet terug te vinden op deze lijst. Deze sector is dan ook niet vertegenwoordigd in de onderzoekspopulatie. In bijlagen 3 'Nederlandse investeringen in Indonesië' is weergegeven hoeveel verschillende ondernemingen er actief zijn binnen een specifieke sector. Dit geeft dan wel geen informatie over de omvang en aard van de investeringen maar dit geeft wel een beeld in welke sectoren Nederlandse ondernemingen actief zijn. Uit deze tabel blijkt dat 207 ondernemingen (opgrond van handelsnaam) 260 keer investeren in 87 verschillende (specifieke) sectoren. In de sectoren industrie, groothandel en zakelijke dienstverlening wordt door het grootste aantal verschillende ondernemingen geïnvesteerd.

Binnen de industriële sector is dit voornamelijk op het gebied van het vervaardigen van voedingsmiddelen en dranken, chemische producten en meubelen. Voor de sector groothandel zijn dit voedingsmiddelen, dranken, consumentenartikelen en overige groothandel. De meeste ondernemingen die investeren in de zakelijke dienstverlening doen dit in adviesbureaus op het gebied van 'management en consultancy' en 'architecten, ingenieurs en aanverwante technische adviesbureaus'. Een andere sector waar vaak in geïnvesteerd wordt is de bouwnijverheid (civiele techniek). Verder is er nog een beperkt aantal ondernemingen dat investeert in telecommunicatie, computer gerelateerde activiteiten, productie van papier/plastic producten, akkerbouw, toerisme en recreatie.

Van de 16 ondernemingen waar een interview is afgenomen staan er 14 op de lijst van de BKPM en is dus bekend in welke sector(en) er is geïnvesteerd. Deze 14 onderneming investeren 22 keer in 14 verschillende (specifieke) sectoren. In de sectoren industrie, groothandel en zakelijke dienstverlening gebeurt dit het vaakst. Binnen de sector industrie gaat het dan om het vervaardigen van voedingsmiddelen en dranken, chemische producten en elektrische verlichting. De onderzochte ondernemingen die in de sector groothandel investeren doen dit in voedingsmiddelen, dranken,

machines en overige groothandel. Binnen de zakelijke dienstverlening wordt door deze groep onderneming het vaakst geïnvesteerd in management consultancy en architecten, ingenieurs en aanverwante technische adviesbureaus en een enkeling in onderhoud en reparatie van computers en machines. Andere sectoren waar door deze groep ondernemingen in wordt geïnvesteerd zijn civiele techniek, telecommunicatie en recreatie. Twee ondernemingen waar een interview mee is gehouden, staan niet op de lijst van de BKPM. Gezien hun bedrijfsactiviteiten vallen deze ondernemingen binnen de sectoren die hierboven zijn genoemd. De meeste ondernemingen investeren in één sector. Twee ondernemingen investeren in zowel industrie, groothandel als zakelijke dienstverlening. Twee ondernemingen investeren in zowel industrie als groothandel, beide ondernemingen produceren dranken. Twee ondernemingen investeren in zowel groothandel als zakelijke dienstverlening.

De totale groep ondernemingen is vergeleken met de onderzochte groep ondernemingen op het gebied van 'sectoren waar vaak in wordt geïnvesteerd'. Daaruit blijkt dat beide groepen veelal investeren in de sectoren industrie, groothandel en zakelijke dienstverlening. Bijna alle specifieke sectoren waar vaak in is geïnvesteerd, zijn ook terug te vinden onder de onderzochte ondernemingen. Ook de meeste sectoren waarin een kleiner aantal ondernemingen heeft geïnvesteerd, zijn vertegenwoordigd in dit onderzoek. Binnen de groep van onderzochte ondernemingen zijn echter geen ondernemingen die investeringen in de meubelindustrie of groothandel van consumentenartikelen hebben gedaan. Op de lijst van de BKPM staan overigens wel een redelijk aantal ondernemingen die in deze sectoren hebben geïnvesteerd.

Geschiedenis van de ondernemingen

De geschiedenis van de ondernemingen in Indonesië is heel divers, iedere onderneming kent zijn eigen unieke verloop. Er is gekeken naar de handelsgeschiedenis voorafgaande aan het vestigen, het jaar van vestigen, eventuele samenwerkingsverbanden en overnames. Wanneer deze kenmerken nader bekeken worden blijkt, dat er maar één kenmerk is dat (bijna) alle onderneming met elkaar gemeen hebben. Voorafgaande aan de keuze zich te vestigen in Indonesië hebben bijna alle ondernemingen of ondernemers een (handels) relatie/ geschiedenis met Indonesië. Deze 'voor geschiedenis' is overigens weer heel verschillend. De meeste ondernemingen hebben voordat ze zich vestigen in Indonesië ervaring met 'het zaken doen in Indonesië'. Deze ervaring is opgedaan doordat de onderneming al opdrachten had, producten verkocht of handel dreef met Indonesië voor dat er een vestiging werd geopend. Een aantal ondernemers wonen al, of hadden al eens in Indonesië gewoond voordat zij een onderneming vestigde in Indonesië. Er zijn ook een aantal ondernemingen die deze ervaring in huis krijgen door een reeds bestaande onderneming in Indonesië over te nemen of er een joint venture mee aan te gaan. Er is maar één onderneming die zonder 'voor geschiedenis' en met alleen een marktonderzoek besloot te investeren in Indonesië.

Zes ondernemingen hebben een handelsgeschiedenis in Indonesië die terug gaat naar het begin van de 20^{ste} eeuw of zelfs 19^{de} eeuw. Twee ondernemingen openen al voor de onafhankelijkheid van Indonesië een fabriek. In 1967 wordt het voor nieuwe buitenlandse investeerders weer mogelijk zich te vestigen in Indonesië. Opvallend is dat in dat jaar en de eerste jaren daarna veel van deze ondernemingen nieuwe productielocaties openen en joint venture overeenkomsten aangaan.

De tien andere ondernemingen vestigen zich pas na 1990 in Indonesië, waarvan acht tussen 1994 en 2007. In 1994 veranderen de joint venture vereiste voor buitenlandse investeerders. In bepaalde sectoren word het mogelijk om een meerderheidsbelang tot 100% in handen te krijgen en kon ook een ruime meerderheidsbelang behouden worden voor de toekomst. De meeste ondernemingen bestaan of bestonden uit een joint venture constructie. Veelal waren deze ondernemingen gebonden aan een constructie met een Indonesische partner of overheid. Waarneer door wetswijziging een meerderheidsbelang verworven kon worden werd dit ook gedaan. Bij drie ondernemingen ging de toetreding tot Indonesië gepaard met een overname van een (deel van een) bestaande onderneming in Indonesië. De overige ondernemingen zijn nieuw opgerichte, meestal in een joint venture constructie met een reeds bestaande Indonesische of buitenlandse partner.

Functie en geschiedenis van de respondenten

Bij negen interviews was de respondent betrokken bij de oprichting en locatiekeuze in Indonesië, hiervan waren vier interviews met de (mede) eigenaar van de onderneming. De functie van deze negen respondenten binnen de organisatie is die van directeur. De andere zeven interviews zijn gehouden met medewerkers van de ondernemingen die tussen de 5 en 30 jaar werkzaam zijn voor de onderneming waarvan tussen de 1 en 11 jaar in Indonesië. De functies lopen uiteen van (Vice) President Directeur, Financieel Controleur & Administratie, Technisch adviseur Bedrijfscommunicatie en Marketing & Verkoop directeur. Naast deze zestien interviews met ondernemingen zijn er een aantal interviews geweest met medewerkers van de BKPM, INA, FCGI, een adviseur en een aantal professoren van de Gadjah Mada Universiteit. Bij de BKPM is gesproken met medewerkers van de afdelingen data en informatie en promotie. Het interview met de INA en FCGI is tegelijkertijd gehouden, beide instanties zijn namelijk op hetzelfde adres gevestigd. De FCGI is een forum waarin verschillende leden waaronder de INA deelnemen. Dit forum zet zich in voor een beter ondernemingsbestuur in Indonesië, beter bekend als Corporate Governance. De medewerkers van deze instanties hebben een verschillende achtergrond uiteenlopend van juridische adviseur tot programmabeheerder en duurzame ontwikkeling en MVO manager. Tijdens de interviews die zijn gehouden met professoren van de Gadjah Mada Universiteit, is gesproken met de decaan van de faculteit Geografie en professoren werkzaam binnen de afdeling regionale ontwikkeling. De adviseur waarmee een interview is gehouden is zelf actief als ondernemer in Indonesië en adviseert andere ondernemingen ondermeer op het gebied van logistiek en scheepvaart.

Aantal vestigingen en functie van de vestigingen

Van de onderzochte ondernemingen hebben zeven ondernemingen meerdere vestigingen in Indonesië. De opslag en productie/ onderhoud gebeurt zoveel mogelijk buiten de stad op industrieterreinen of op goed bereikbare plaatsen, tenzij opslag in de stad noodzakelijk is. Het hoofdkantoor bevindt zich bij de opslag of productie locatie, tenzij de afstand tot de stad (meestal Jakarta) te groot is. Dit is het geval bij drie grote multinationals die industriële productielocaties hebben buiten Jakarta en Soerabaja en op Kalimantan en Batam. Grote multinationals die consumenten goederen en voedingsmiddelen verkopen in vrijwel heel Indonesië beschikken over een distributie netwerk met meerdere distributie/ verkoop locaties. Ondernemingen die zich uitsluitend of voornamelijk bezighouden met zakelijke dienstverlening hebben alleen een hoofdkantoor in de stad (meestal Jakarta). Een aantal van deze ondernemingen beschikt over één of meerdere nevenvestigingen voor de distributie, verkoop of postadres. De ondernemingen zonder nevenvestiging maken indien nodig gebruik van een tijdelijke kantoorruimte dichtbij opdrachtgever of de projectlocatie.

Bedrijfsactiviteiten in Indonesië, Nederland en andere werelddelen

Bij vier ondernemingen zijn de bedrijfsactiviteiten in Indonesië niet of nauwelijks verbonden aan bedrijfsactiviteiten in Nederland. Twee ondernemingen hebben hun vestiging in Nederland op den duur beëindigd en één heeft nooit een vestiging in Nederland gehad. Drie ondernemingen richten zich voornamelijk op de export. Grondstoffen worden in Indonesië gekocht en eventueel bewerkt waarna deze wereldwijd geëxporteerd worden naar klanten, de verkoop gebeurt eventueel in Nederland. Door een aantal ondernemingen wordt geïmporteerd, het gaat dan veelal om elektronica, machines en voedingssupplementen. Machines uit Europa, elektronica uit Azië (China) en voedingssupplementen uit China, Australië en Nieuw- Zeeland. Grote ondernemingen profiteren hierbij van internationale contracten die voor de gehele onderneming worden gemaakt. Bij het merendeel van de ondernemingen vindt een kennis uitwisseling plaats tussen de Indonesische en Nederlandse vestiging of andere vestigingen wereldwijd. Deze kennis uitwisseling is veelal tweezijdig. De Indonesische vestiging beschikt over markt informatie en soms technologische kennis. De buitenlandse vestigingen beschikken over kennis op het gebied van technologie (productie), logistiek en management. Deze kennis uitwisseling vindt onder meer plaats met behulp van computer netwerken en trainingsprogramma's. Een aantal ondernemingen richt zich hierbij direct op Nederland, maar voor andere zijn opleidings- en onderzoekscentra in Aziatische landen belangrijker.

5.3 Locatiekeuze op drie ruimtelijke schaalniveaus

Dit onderzoek richt zich op het locatiekeuzeproces van ondernemingen, er wordt verondersteld dat dit proces (meestal) verloopt via drie ruimtelijke schaalniveaus. Deze veronderstelling wordt onderbouwd in diverse onderzoeken en publicaties. Hieronder is beschreven hoe dit proces er uit ziet en welke keuzes er worden gemaakt voor de vestigingsplaats per ruimtelijk schaalniveau. Deze indeling blijkt zowel tijdens de interviews als voor de indeling van dit rapport goed hanteerbaar te zijn. Echter verloopt dit proces niet voor iedere onderneming volgens deze indeling van land, regio en vestigingslocatie. Er worden wel altijd keuzes gemaakt die te relateren zijn aan een ruimtelijk schaalniveau, maar het locatiekeuzeproces verloopt niet altijd volgens deze indeling. Dit gebeurt vooral wanneer factoren op een lager ruimtelijk schaalniveau van groter doorslaggevend belang zijn dan de factoren op een hoger schaalniveau. Er wordt dan bijvoorbeeld gekozen voor een regio met bepaalde (unieke) factoren en niet specifiek voor het land.

*“Hoe belangrijk is de locatiekeuze voor een onderneming?
Is deze van essentieel belang om te kunnen functioneren of is deze eerder functioneel?”*

Tijdens het interviewprogramma gaf één van de respondenten aan dat de locatiekeuze niet voor iedere onderneming even belangrijk is. Het belang dat een ondernemer hecht aan de vestigingsplaats is afhankelijk van, de waarde die wordt toegeschreven aan de vestigingsplaatsfactoren op de verschillende ruimtelijke schaalniveaus. Het belang van de vestigingsplaats voor de onderneming verschilt tussen de ruimtelijke schaalniveaus. Voor enkele ondernemingen is het belang van de vestigingsplaats op het regionale schaalniveau belangrijker dan de vestigingsplaats op het lokale niveau (de vestigingslocatie). Deze ondernemingen zijn instaat te functioneren op verschillende vestigingslocaties binnen een bepaalde regio. Dit in tegenstelling tot ondernemingen die zeer lokaal gebonden zijn aan een vestigingslocatie vanwege bepaalde unieke vestigingsplaatsfactoren.

5.3.1 Locatiekeuze, het land

De keuze zich te vestigen in Indonesië, wordt voorafgegaan door een periode waarin “kennis en ervaring” worden opgedaan in Indonesië. De lengte en aard van deze periode kan zeer verschillend zijn voor ondernemingen (zie hierboven geschiedenis van de onderneming). De locatiekeuze wordt vaak beschreven als “historisch zo gegroeid” en wordt als een proces gezien waarin keuzes en dus ook de locatiekeuze worden gemaakt tijdens een opeenvolging van gebeurtenissen en omstandigheden. Voor een aantal ondernemingen begint dit proces wanneer een reeds bestaande klant de onderneming benadert voor een project in Indonesië. Er zijn ondernemingen met een wereldwijd klanten netwerk die hun klanten volgen, maar het kan hier ook gaan om één klant met één opdracht in Indonesië. Ook de Nederlandse overheid heeft hier een rol in gespeeld door (ontwikkelings) projecten te laten realiseren en subsidie stromen te verstrekken. Tijdens het realiseren van één of meerdere projecten in Indonesië vergaart de onderneming kennis en ervaring op het gebied van “zaken doen” in Indonesië. Kennis van de markt op het gebied van de omvang van de markt, de winstgevendheid, mogelijk marktaandeel en toekomstige vooruitzichten worden hier vaak bij genoemd. Wanneer de onderneming meer werk van bestaande en nieuwe klanten krijgt en de toekomst vooruitzichten gunstig worden bevonden, doet dit de onderneming besluiten een vestiging in Indonesië te openen.

Een aantal ondernemingen noemt dat in het locatiekeuzeproces ook sprake kan zijn van een afweging tussen landen. Dit komt het duidelijkst naar voren tijdens een overname waarbij een keuze gemaakt moet worden uit onderdelen en vestigingen. Eén onderneming gaf aan dat factoren als winstgevendheid en marktaandeel van groter belang zijn dan ontbreken van factoren als hoog opleidingsniveau en arbeidsmentaliteit. Hierbij is het ook van belang in welke landen de onderneming al actief is en in welke gebieden in de wereld de onderneming marktaandeel wil vergroten. In dit voorbeeld maakt de onderneming een onderscheid tussen factoren die van essentieel belang zijn en factoren die belangrijk zijn. Ook andere ondernemingen noemen factoren die belangrijk zijn maar toch ongunstig zijn, het gaat hier dan om complexe en niet eenduidige regelgeving, corruptie, bureaucratie, gebrekkige infrastructuur, arbeidsmarkt, belastingen en heffingen. Voor welke ondernemingen deze ongunstige condities essentiële vestigingsvoorwaarden zijn, is niet bekend omdat deze niet zijn geïnterviewd. Deze factoren bepalen de concurrentie positie van Indonesië ten opzichte van andere

landen, dit heeft effect op zowel de locatiekeuze als de bedrijfsactiviteiten die er worden uitgevoerd. Winstgevendheid en marktaandeel zijn al genoemd, maar ook de manier waarop zaken wordt gedaan en het financieel onafhankelijk van banken kunnen zijn is belangrijk. China wordt nog al eens genoemd als land waar alles van je wordt gekopieerd en samenwerking met andere partijen lastig verloopt. Ondernemers hebben minder het gevoel dat Indonesiërs op den duur de onderneming willen overnemen of concurrentie gaan bieden. Dit zou te maken hebben met het gebrek aan kennis en vaardigheden en de drijfsveer tot het ondernemen, dit neemt niet weg dat er wel geprobeerd wordt te profiteren van buitenlandse ondernemingen.

De factoren die hierboven zijn genoemd worden als zakelijke factoren gezien, maar bij de locatiekeuze worden ook privé redenen meegenomen. Deze komen voor op alle ruimtelijke schaalniveaus en hebben veelal betrekking op het leefmilieu van de ondernemer of directeur. Het belang van privé redenen bij de locatiekeuze lijkt toe te nemen naarmate de onderneming kleiner wordt en/of de investeerder ook de directeur is die dichtbij de onderneming wil wonen. De rol van privé redenen lijkt ook toe te nemen naar mate er op een lager ruimtelijk schaalniveau keuzes worden gemaakt, mogelijk is er daar meer ruimte voor. Investeerders die zelf ondernemen in Indonesië laten privé redenen vaker een rol spelen op hogere ruimtelijke schaalniveau. In de inleiding van deze paragraaf is al gewezen op het belang van de locatie gekoppeld aan het ruimtelijke schaalniveau. Hierbij valt op dat privé redenen dominerend worden bij de locatiekeuze op een bepaald schaalniveau naarmate het belang van dat specifieke schaalniveau binnen het gehele locatiekeuzeprocess afneemt. De twee meest genoemde redenen om zich te vestigen in Indonesië zijn 'de afzetmarkt' en 'de export van grondstoffen', er dient hierbij wel toekomst potentieel te zijn. Een productielocatie wordt eventueel in een later stadium geopend. Hieronder wordt verder ingegaan op de afzet markt, export van grondstoffen en toekomst potentieel.

Afzetmarkt

De meeste ondernemingen waarmee een interview is gehouden geven aan in Indonesië gevestigd te zijn vanwege de afzetmarkt voor hun producten en diensten. Hierboven is al beschreven hoe ondernemingen in Indonesië terechtkwamen na enkele projecten van klanten. Er zijn ook ondernemingen die zelf opzoek gaan naar uitbreiding van de huidige afzetmarkt. Voorafgaand aan de locatiekeuze worden dan vaak al producten verkocht in Indonesië. De organisatie hiervan verloopt op verschillende wijzen, onder meer via zuster ondernemingen in Indonesië of door er zelf tijdelijk te verblijven. Redenen waarom ondernemingen toetreden tot nieuwe afzetmarkten zijn verschillend. Het gaat meestal om het volgen van multinationale klanten, verzadiging op de thuismarkt, gemak van zaken doen of de winstgevendheid/ marktaandeel op de nieuwe markt. De noodzaak van een vestiging neemt vaak toe naarmate er meer werkzaamheden worden uitgevoerd. Een aantal ondernemingen geeft dan ook aan dat Indonesië geografisch te groot is om vanuit een ander land te bedienen. Voor ondernemingen die hun producten over heel Indonesië afzetten is het noodzakelijk een distributie netwerk te hebben om sneller te kunnen leveren. Wanneer een onderneming besluit om te gaan produceren in Indonesië is dit vrijwel altijd volgend op de afzet. Er wordt dan meestal alleen voor de Indonesische en eventueel Aziatische markt geproduceerd. Eén onderneming noemt dit het 'export model'. Wanneer een bepaald volume wordt afgezet kan lokale productie voordeliger zijn. Dit kan dan worden uitbesteed, zelf worden gedaan of een combinatie hiervan. Veelal wordt dit zelf gedaan of in combinatie met een joint venture partner tenzij er sprake is van een overname. Door de productie in Indonesië kan een kosten voordeel worden behaald, of een toegevoegde waarde worden geleverd. Dit komt de concurrentie positie ten goede. Veel ondernemingen gaan over op productie in Indonesië vanwege de hoge import heffingen en belasting op luxegoederen. Wanneer grondstoffen voorhanden zijn in Indonesië kan dit een extra reden zijn hier te produceren om zo transportkosten te reduceren.

Handel gericht op export

Twee van de onderzochte ondernemingen richten zich voornamelijk op de export van grondstoffen en richten zich niet of nauwelijks op Indonesië als afzetmarkt. Indonesië beschikt over een grote hoeveelheid thee en een groot assortiment aan specerijen waaronder nootmuskaat dat maar op enkele plaatsen in de wereld groeit. Deze worden als bulk goederen naar andere delen van de wereld gezonden en eventueel (eenvoudig) voor bewerkt. Deze ondernemingen kunnen door hun

aanwezigheid in Indonesië een toegevoegde waarde leveren aan het product. Het gaat hier dan om kwaliteitsgarantie en dienstverlening.

Toekomst potentieel

Wat de reden ook is voor de keuze zich te vestigen in Indonesië, ondernemingen geven aan toekomst potentieel te moeten zien. Dit komt doordat de nodige inspanningen en kosten zijn gemaakt. Deze keuzes gaan vaak gepaard met (grote) investeringen. Het toekomst potentieel geeft de onderneming een idee van de bedrijfsactiviteiten die er uitgevoerd kunnen worden. Dit betekent echter niet dat de bedrijfsactiviteiten die bepalend waren bij de keuze voor het land ook in de toekomst hetzelfde zullen zijn. Ondernemingen geven aan de bedrijfsactiviteiten in de tijd aan te passen aan de mogelijkheden en omstandigheden die zich voordoen. Vooral grote ondernemingen geven aan dat als zij eenmaal voor een land gekozen hebben daar niet snel weg gaan. Ook wanneer zij in economisch slechte tijden verkeren wordt er naar de lange termijn gekeken, waarbij blijven een goede naam oplevert. Er zijn veel ondernemingen vertrokken tijdens de Aziatische financiële crisis. Hoe deze groep ondernemingen hierover denkt valt echter niet binnen dit onderzoek. Eenmaal in een land gevestigd geven ondernemingen aan daar graag gevestigd te blijven. Op die manier blijven ze een goed zicht hebben op toekomstige investeringskansen. Marktkennis is essentieel om deze kansen in te schatten voor de huidige vestiging of andere divisies van de (internationale) onderneming. Als gevestigde onderneming heb je zo een concurrentie voordeel op (nog) niet gevestigde ondernemingen. Daar komt bij dat het voor nieuwe investeerders lastig of onmogelijk kan zijn zich te vestigen in Indonesië. Mogelijk moeten zij opereren onder minder gunstige condities dan reeds gevestigde ondernemingen. Zo veranderden de voorwaarden voor het aandeelhouders belang dat buitenlandse ondernemingen mogen hebben in een Indonesische onderneming, reeds gevestigde ondernemingen konden van de oude regels gebruik blijven maken.

5.3.2 Locatiekeuze, de regio

Aan de ondernemingen die deelnemen in dit onderzoek is gevraagd, wat de voornaamste redenen zijn om de onderneming te vestigen in de gekozen regio. De redenen die worden genoemd zijn in drie groepen verdeeld namelijk: de markt, de bereikbaarheid en leefomgeving. Per groep is aangegeven welke betekenis deze hebben voor de onderneming. Vervolgens is aangegeven voor welke regio's er is gekozen en welke kenmerken deze regio's hebben. Ook op dit schaalniveau geldt dat er een verschil is tussen het belang dat ondernemingen hechten aan de locatiekeuze voor het functioneren van de onderneming. Bij ondernemingen waar de locatiekeuze gepaard gaat met grote investeringen en voor een termijn van tientallen jaren gemaakt wordt is het belang van de locatiekeuze groot voor het goed kunnen functioneren van de onderneming. Hier worden verschillen tussen de locatiekeuzes van vergelijkbare ondernemingen zichtbaar. Ondernemingen met een lange historie en grote investeringen in Indonesië verklaren de keuze voor een regio vanuit "de historische groei van de vestigingslocatie". Nieuwe investeringen worden gedaan in huidige vestigingslocaties waardoor een onderneming blijft verbonden met een bepaalde regio. Op de lange termijn vinden er veranderingen plaats waarbij delen van de productie worden verplaatst en nieuwe locaties (meestal productielocaties) elders in het land worden geopend.

Nabijheid van de markt

Met de markt wordt hier bedoeld de nabijheid van (potentiële) klanten van de onderneming. De keuze voor een bepaalde regio heeft bij de meeste ondernemingen te maken met de hoeveelheid van voornamelijk grote klanten in de nabijheid van de onderneming. Het gaat hier dan om de nabijheid van hoofdkantoren van klanten omdat daar de beslissingen worden gemaakt. Veel ondernemers geven aan dat het essentieel is om een goed netwerk van contacten te hebben en te onderhouden. Deze contacten bestaan zowel uit zakelijke als sociale contacten en worden onderhouden met overheidsinstanties, adviseurs, financiële organisaties, partners en andere ondernemingen. Het belang dat aan dit netwerk wordt gehecht verschilt tussen ondernemingen. Overheden worden opgezocht of juist vermeden en contacten met adviseurs zijn soms ook mogelijk over grotere afstanden. Door deze netwerken beschikt de onderneming over informatie die noodzakelijk is voor de bedrijfsvoering en het verwerven van opdrachten. Veel ondernemingen vinden zowel hun klanten (de beslissing makers binnen de onderneming) als een netwerk van contacten in een zakencentrum. Dit zakencentrum wordt gezien als

de regio waarbinnen de onderneming zich wil vestigen. Voor een onderneming die in Indonesië is gevestigd voor de export van grondstoffen en niet vanwege de lokale afzetmarkt heeft de markt een andere betekenis. Hier is de markt de plaats waar grondstoffen worden samengebracht en geveild. Niet de bron van de grondstoffen is doorslaggevend voor de keuze van de regio, maar de plaats waar deze worden verkocht. Ook wordt er door een aantal ondernemingen gesproken over de arbeidsmarkt. De arbeidsmarkt komt alleen ter sprake wanneer de onderneming factoren noemt die niet van doorslaggevend belang zijn bij de locatiekeuze. Een paar ondernemingen geeft aan dat hun wensen ten aanzien van de arbeidsmarkt niet worden vervuld. Daar waar totaal geen geschikte arbeidsmarkt aanwezig is, wordt personeel geworven in andere gebieden. Er wordt een arbeidsmarkt gecreëerd. Het sturen van expats naar Indonesië wordt als voorbeeld genoemd maar ook het verhuizen van (goed opgeleide) Indonesiërs naar andere gebieden wanneer daar een baan wordt aangeboden.

Bereikbaarheid

De term bereikbaarheid wordt meestal niet direct genoemd door ondernemingen maar is hier gebruikt om een aantal locatiefactoren samen te voegen. Door ondernemingen wordt gesproken over infrastructuur en daaraan gekoppeld de kwaliteit, het ontbreken ervan en in vergelijking tot andere regio's. Waar infrastructuur wordt genoemd als belangrijke factor bij de keuze voor een regio gaat het om de aanwezigheid van een internationale luchthaven, wegennet en een zeehaven. Voornamelijk de aanwezigheid en de kwaliteit van verbindingen met andere regio's en landen bepaalt de beoordeling. Bij de beoordeling van de infrastructuur ontbreekt het vaak aan de kwaliteit van verbindingen en wordt gekozen voor 'de beste' in vergelijking met andere regio's. Een aantal ondernemingen kiest voor meerdere vestigingen waarbij de productie van het hoofdkantoor wordt gescheiden en een netwerk van verkoop en distributie kantoren wordt geopend. Ondernemingen zien logistieke voordelen in het scheiden en over de ruimte verdelen van functies. Deze voordelen komen ten gunste aan de bedrijfsvoering en de bereikbaarheid van klanten. Eén onderneming gaf aan dat wanneer het afzet kanaal der mate groot is het economisch rendabel is een tweede productielocatie te openen. Andere ondernemers kiezen er juist voor om bedrijfsactiviteiten zo dicht mogelijk bij elkaar te houden om hier zo meer zicht op te hebben.

Leefomgeving

De leefomgeving kan vanwege bedrijfseconomische redenen niet voor elke onderneming de doorslaggevende reden zijn voor de keuze van een regio. Voor een aantal ondernemingen is de leefomgeving een belangrijke of de belangrijkste factor voor de keuze van de regio en die kiezen dan ook voor een prettige leefomgeving. Bij een kleine onderneming waar de investeerder ook de ondernemer is, wordt een veel grotere waarde gehecht aan de factor leefomgeving. Eén ondernemer geeft zelfs aan dat vanuit privé redenen gekozen is voor de leefomgeving (van familieleden) en daarna pas de keuze voor een onderneming. Naarmate de locatie van een onderneming van minder belang wordt voor de uitvoering van de bedrijfsactiviteiten neemt het belang van een fijne leefomgeving toe. Niet de locatie is voor deze ondernemers belangrijk maar een goede netwerk verbinding in de vorm van internet of een internationale luchthaven (een grote hub). Hier zie je dan ook vaak dat er direct een keuze voor een regio of vestigingslocatie wordt gemaakt en niet eerst voor het land. Andere ondernemingen die hun keuze voornamelijk baseren op markt of bereikbaarheidsfactoren geven aan dat de leefomgeving wel als een belangrijke factor wordt gezien. Ondernemingen proberen hier, waar mogelijk rekening mee te houden. Onder de respondenten waren verschillende expats. Deze geven aan dat een internationale school, een goed ziekenhuis, aanbod van vrijetijdsbestedingen en een groot winkel assortiment bijdragen aan een fijne leefomgeving.

De regio's

Uit zowel de literatuur studie als uit de gegevens die in dit onderzoek zijn verzameld over Nederlandse ondernemingen in Indonesië blijkt dat de meeste ondernemingen kiezen voor een vestigingslocatie in de regio Jakarta (of Jabodetabek). Jakarta dankt deze keuze uit ontwikkelingen in het verleden. Ondernemingen kiezen voor deze regio vanwege de aanwezigheid van grote klanten of de veiling en de beste locatie om een netwerk van contacten te kunnen onderhouden. Jakarta beschikt over het grootste zaken centrum van Indonesië. Het is de plaats waar geld is en de beslissingen worden gemaakt. Een ondernemer typeerde dit met "the money is running here" en daar wil je dichtbij in de

buurt zijn. Jakarta dankt hieraan zijn “uitstraling” en “imago”. Ondernemers hechten hier veel waarde aan. Het “imago” zorgt voor een “professionele uitstraling op klanten”, dit is voor deze ondernemingen een belangrijke reden hier het hoofdkantoor te vestigen. Verder geven ondernemingen aan dat Jakarta beschikt over ‘de beste’ infrastructuur in vergelijking met de rest van Indonesië. Binnen Indonesië is Jakarta het best verbonden met andere regio’s in de archipel en landen in de wereld. Hierdoor ontstaat er een samenkomst van grondstoffen uit andere regio’s en een vertrekpunt naar andere regio’s. Expats beoordelen Jakarta als fijne locatie vanwege de aanwezigheid van voorzieningen die hierboven zijn genoemd. Opvallend is dat expats buiten Jakarta hun leefomgeving als fijnere locatie dan de hoofdstad typeren. De regio’s waar deze expats verblijven beschikken over een aangenamer klimaat, schonere lucht en soms een ruimer aanbod aan vrijetijdsbestedingen. Het zijn veelal ook de regio’s die logistiek gezien gunstig gelegen zijn of waar deze ondernemers hun klanten vinden.

5.3.3 Locatiekeuze, de vestigingslocatie

Aan de respondenten is gevraagd hoe het locatiekeuzeproces voor de vestigingslocatie eruit heeft gezien en welke vestigingsplaatsfactoren hier een belangrijke rol in hebben gespeeld. Als eerste is hieronder het locatiekeuzeproces beschreven gevolgd door verhuis motieven en de belangrijkste vestigingsplaatsfactoren.

Het locatiekeuzeproces voor de vestigingslocatie

Een aantal ondernemingen beschrijft een vergelijkbaar proces voor de locatiekeuze van de vestigingslocatie. Deze ondernemingen beschrijven een aantal stappen of stadia tijdens dit proces. De keuzes hierbinnen zijn verschillen maar de stappen zijn vergelijkbaar. De ondernemingen stellen eerst een lijst samen met factoren of ook wel criteria genoemd die belangrijk worden gevonden of waaraan de vestigingslocatie moet voldoen. Deze factoren zijn gekoppeld aan ‘het belang’ dat deze vertegenwoordigen voor een onderneming of ondernemer. Eén ondernemer geeft aan dat er binnen een onderneming verschillende belangen ten aanzien van een vestigingslocatie zijn. Iedere afdeling heeft zijn eigen voorkeur voor de (nieuwe) vestigingslocatie. Deze onderneming maakte de locatiekeuze op basis van een gelijke weging van de locatie voorkeuren en deed dit aan de hand van gemeenschappelijke belangen van de afdelingen. Na het vast stellen van een lijst met criteria wordt er gestart met het zoeken naar locaties die hier (waarschijnlijk) aan voldoen. Dit zoeken wordt vaak door de onderneming zelf gedaan. Een aantal ondernemers ging hiervoor rondrijden in de omgeving op zoek naar geschikte locaties. Eén onderneming gaf aan dit zoeken uit te besteden aan een adviseur op vastgoed gebied maar dat deze partij geen invloed heeft op de uiteindelijk locatiekeuze. De termijn die ondernemingen gebruiken voor dit zoek proces loopt behoorlijk uiteen. De lengte van deze termijn is mede afhankelijk van de informatie waarover de onderneming beschikt, de criteria die worden gesteld en de kwaliteit van het beschikbare aanbod op dat moment. Wanneer er één of meerdere locaties zijn gevonden wordt er een afweging gemaakt tussen de locaties. Deze afweging wordt gemaakt aan de hand van het belang dat een factor of criteria inneemt bij de locatiekeuze. Eén of meerdere factoren kunnen hierbij een absolute voorwaarde stellen waaraan de vestigingslocatie moet voldoen. Voldoen meerdere locaties hieraan dan wordt gekeken naar factoren die geen prioriteit hebben maar wel mee spelen.

Ondernemingen geven aan dat een afweging in eerste instantie altijd gebaseerd is op een zakelijke of een kosten overweging. Bij een kosten overweging wordt soms een onderscheid gemaakt tussen directe en indirecte kosten. Directe kosten van bijvoorbeeld huur kunnen laag uitvallen daar tegenover kunnen hoge indirecte kosten staan die vaak lastige te calculeren zijn. Een veel genoemde indirecte kostenpost zijn die van personen die mee willen profiteren van het succes van een onderneming en op grond van lokale regelgeving hier aanspraak op proberen te maken. Bij een zakelijke overweging wordt niet uitsluitend naar de kosten gekeken, maar spelen ook andere zakelijke belangen mee. Wanneer er meer financiële middelen aanwezig zijn, wordt er bijvoorbeeld gekozen voor een vestigingslocatie met meer comfort of uitstraling. Het vinden van een schikte locatie en het maken van beslissingen hangt volgens enkele ondernemers af van toevalligheden. Waar bij één onderneming privé overwegingen leidend waren bij de locatiekeuze. Het maken van locatiekeuzes ontstaat dan wanneer er bepaalde omstandigheden voor doen die de ondernemer niet verwacht had. Ook

bedrijfsactiviteiten worden aangepast aan omstandigheden die de ondernemer op deze wijze tegenkomt. Voor enkele ondernemingen heeft de uitkomst van deze keuze verstrekkende gevolgen voor de bedrijfsvoering nu of in de toekomst. Andere ondernemingen geven aan dat de locatiekeuze en de vestigingslocatie van onderschikt belang zijn voor een effectieve bedrijfsvoering, andere factoren spelen hierbij een veel grotere rol. Eén onderneming baseert dit opgrond van lage kosten voor de huur ten opzichte van hoge arbeidskosten. Ook wordt hierbij genoemd dat bepaalde ondernemingen niet afhankelijk zijn van een (vaste) vestigingslocatie voor het uitvoeren van de bedrijfsactiviteiten. De uiteindelijke keuze voor een vestigingslocatie is een momentopname. Een keuze gemaakt in de dan geldende situatie en vooruitzichten naar de toekomst gebaseerd op voorhanden zijnde informatie over de beschikbaarheid van locaties die tegen elkaar worden afgewogen aan de hand van dan geldende criteria en belangen.

De vestigingsplaatsfactoren

De ondernemingen hebben aangegeven welke vestigingsplaatsfactoren van groot of doorslaggevend belang waren bij de keuze voor de vestigingsplaats(en). De factoren die genoemd zijn laten zich goed indelen in twee categorieën, 'eigenschappen van het pand of terrein' en 'bereikbaarheid van infrastructuur, klanten en woonlocatie'. Huurkosten en bereikbaarheid zijn de twee meest genoemde factoren. Er worden wel verschillende betekenissen gegeven aan deze twee factoren. De overige genoemde factoren zijn veelal afhankelijk van de bedrijfsactiviteiten van de onderneming op die locatie.

Eigenschappen van het pand of terrein

De meest genoemde vestigingsplaatsfactor in deze categorie is de huurprijs en de bereidheid deze te betalen. De huurprijs speelt een belangrijke rol bij een locatiekeuze gebaseerd op een kosten overweging en de bereidheid deze te betalen vaker bij een zakelijke overweging. Zeker wanneer deze beslissing voor een lange termijn wordt gemaakt, geven ondernemingen aan dat dit vanuit bedrijfsoptiek een belangrijke factor is. Enkele ondernemingen geven hierbij aan dat de huurprijs niet de enige factor is die meespeelt in de kosten overweging. De eerder genoemde indirecte kosten zijn vanwege de hoogte en onvoorspelbaarheid soms van groter belang. Indien aantrekkelijke alternatieven zich voor doen en een vestigingslocatie in het zakencentrum van Jakarta niet strikt noodzakelijk wordt geacht, doet dit enkele ondernemingen besluiten het zakencentrum te verlaten en zich te vestigen aan de ringweg waar huurkosten lager zijn. Bij de keuze voor een productielocatie op industrieterreinen speelt de factor huurkosten ook een rol. Naarmate industrieterreinen dicht bij de zeehaven liggen worden huurprijzen hoger, maar transportkosten om bij de haven te komen lager. De keuze voor een industrieterrein wordt mede bepaald door de afweging tussen transportkosten en de hoogte van de huurprijs. Een aantal ondernemingen probeert de indirecte kosten te verminderen door zich te vestigen op een bedrijventerrein met een goed management. Dit moet voorkomen dat bepaalde personen mee kunnen profiteren op het succes van een onderneming opgrond van ontransparante lokale regelgeving. Ondernemers geven aan hier wel mee om te kunnen gaan, maar dit liever over te laten aan mensen buiten de organisatie zoals het management van een industrieterrein. Deze industrieterreinen zijn veelal in handen van grote investeerders uit Japan en Korea. Doordat deze investeerders goede contacten onderhouden met belangrijke Indonesiërs en zelf een goede machtspositie hebben, zijn zij in staat dergelijke terreinen op te zetten en te beheren. Het management zorgt voor de benodigde vestigingsvergunningen en draagt zorg voor de afwikkeling bij problemen met lokale bestuurders. Hoe minder ondernemingen zelf belast zijn met (ontransparante) lokale regelgeving en mensen die daar rechten aan ontlenu, hoe plezieriger en gemakkelijker ondernemers het werken in Indonesië ervaren. Deze terreinen vergroten de zekerheid van eigendom, hierdoor is een groot aantal buitenlandse ondernemingen op deze industrieterreinen gevestigd. Het parkmanagement zorgt ook voor de beveiliging en benodigde voorzieningen zoals de infrastructuur, watervoorziening en elektriciteit waarin ze zelfvoorzienend kunnen zijn.

Andere factoren die hierbij nog genoemd worden zijn; het kunnen combineren van kantoorruimte en opslag, de kwaliteit en kwantiteit van aanwezige grondstoffen (aardgas en water), herkenbaarheid en uitstraling van het pand (een "landmark"), faciliteiten in het kantoorgebouw, parkeer gelegenheid, de grote van het kantoor of kavel en het niet onderwater lopen van een industrieterrein.

Bereikbaarheid van infrastructuur, klanten en woonlocatie

In deze categorie worden factoren genoemd die te maken hebben met de bereikbaarheid van de vestigingslocatie ten opzicht van infrastructuur, klanten en de woonlocatie van de ondernemer of arbeiders. Veel ondernemingen noemen de bereikbaarheid van elementen van de infrastructuur als belangrijke reden om kortbij gevestigd te zijn. Het gaat hier dan om de bereikbaarheid van een tolweg, ringweg of doorgaande weg. Deze wegen zorgen voor de bereikbaarheid van de luchthaven, zeehaven en gebieden waar grondstoffen vandaan komen. Door bij deze infrastructurele elementen gevestigd te zijn is de onderneming beter bereikbaar voor klanten en werknemers en de toe en afvoer van grondstoffen, voorraden, producten en machines verloopt gemakkelijker.

Veel ondernemingen kiezen dan ook voor hun productie en opslag locatie, een vestigingslocatie aan de rand van de stad of op een industrieterrein. Enkele ondernemingen combineren hier zelfs de kantoorlocatie met de productie en opslag. Deze keuze is voor deze ondernemingen mogelijk omdat ze niet strikt noodzakelijk in of bij het zakencentrum gevestigd hoeven te zijn. Drukke gebieden zoals het zakencentrum en toeristische gebieden worden zoveel mogelijk vermeden. In Jakarta geldt dit voornamelijk voor het gebied waar drie personen in één auto moeten zitten ("3 in 1" regeling). Ook ondernemingen die ervoor kiezen het hoofdkantoor te vestigen in of aan der rand van het zakencentrum om zo dichtbij (grote) klanten gevestigd te zijn vermijden het "3 in 1" gebied. Soms valt de voorkant van een kantoorgebouw binnen het "3 in 1" gebied en is de achterzijde bereikbaar voor bezoekers en werknemers. Deze ondernemingen hechten veel waarde aan het zakencentrum, een goede uitstraling en de nabijheid van belangrijke klanten. Eén onderneming heeft meerdere vestigingen in de stad om sneller bij klanten te kunnen zijn. Steeds meer ondernemingen kiezen voor een locatie aan de ringweg waarde huurprijzen lager zijn dan in het zakencentrum. De bereikbaarheid van de luchthaven, zeehaven en veiling nemen daarmee toe, maar de bereikbaarheid van het zakencentrum af. Ondernemers die hun klanten in de toeristencentra vinden, kiezen ook voor een locatie net buiten de drukte. De bereikbaarheid van de woonlocatie vanaf de vestigingslocatie wordt door een aantal ondernemingen genoemd als factor bij de locatiekeuze.

Hier worden wel verschillende waarden aan toegekend. Er zijn ondernemingen die een goede bereikbaarheid van de vestigingslocatie erg belangrijk vinden voor de werknemers. Andere noemen het als bijkomend belang wat niet als prioriteit mee zal spelen. Bij enkele ondernemingen heeft de woonlocatie van de directeur of manager mee gespeeld in de keuze voor de vestigingslocatie of was zelfs doorslaggevend. Deze keuze kan alleen gemaakt worden wanneer dit de bedrijfsactiviteiten op de vestigingslocatie niet belemmert of er gekozen wordt voor een tweede vestigingslocatie op grond van zakelijke overwegingen. Enkele ondernemingen geven aan waarom een goede bereikbaarheid voor werknemers erg belangrijk is. Werknemers beschikken over belangrijke kennis en expertise en vormen het netwerk met belangrijke contacten. Het verkeer in Jakarta is erg druk en gevaarlijk en veel werknemers komen op motorfietsen naar het kantoor. In het verleden zijn steeds meer werknemers dichter bij kantoor gaan wonen. De onderneming wil deze werknemers graag behouden waardoor deze niet snel zal verhuizen. Indien verhuizen toch noodzakelijk is, wordt er gekozen voor een vestigingslocatie in dezelfde omgeving.

5.3.4 Verzameling vestigingsplaatsfactoren

In de hieronder afgebeelde tabel 5.1 zijn de vestigingsplaatsfactoren per ruimtelijk schaalniveau weergegeven. Op het ruimtelijke schaalniveau van land zijn de factoren onderverdeeld in drie categorieën. De eerste categorie bevat de factoren die van groot belang zijn geweest bij de locatiekeuze. De tweede categorie bevat factoren die niet cruciaal zijn bij een locatiekeuze maar waarvan de onderneming graag ziet dat deze factoren gunstig zijn. Deze factoren bepalen mede het investeringsklimaat en zijn mogelijk voor andere ondernemingen wel cruciale factoren. De derde categorie bevat condities waaronder ondernemingen geneigd zijn te internationaliseren. Deze condities hebben zowel betrekking op de interne omgeving van de onderneming als de externe omgeving waar de onderneming actief is of zou willen zijn. Op het regionale schaalniveau zijn de locatiefactoren ingedeeld in drie categorieën. Deze categorieën zijn toegelicht in dit hoofdstuk onder 5.3.2 Locatiekeuze, de regio. Op het laagste ruimtelijke schaalniveau, de vestigingslocatie zijn de vestigingsplaatsfactoren onderverdeeld onder bereikbaarheid en eigenschappen van het pand en

terrein. De keuze met betrekking tot deze factoren zijn afhankelijk van zowel een zakelijke als kosten overweging. Hier worden zowel directe als indirecte kosten in overweging genomen.

Tabel 5.1 Vestigingsplaatsfactoren op drie ruimtelijke schaalniveaus.

Land	Regio	Vestigingslocatie
<p>Cruciale factoren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afzetmarkt • Grondstoffen • Toekomst potentieel • Winstgevendheid • Marktaandeel • Manier van zaken doen • Privé redenen <p>Geen cruciaal factoren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opleidingsniveau arbeiders • Arbeidsmentaliteit • Arbeidsmarkt • Eenduidige regelgeving • Corruptie niveau • Bureaucratie niveau • Infrastructuur • Belastingen/ heffingen <p>Conditie voor internationalisering</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennis van land en markt • Ervaring in het land • (Handels) relatie en voorgeschiedenis in het land • Joint venture vereiste (bijvoorkeur 100%) • Aanwezigheid huidige klanten • Omstandigheden op de thuis markt of andere markten waar de ondernemer actief is • Het niet kunnen organiseren van activiteiten in Indonesië vanuit een ander land 	<p>Markt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markt • Nabijheid (potentiële) klanten • Hoeveelheid en grote van klanten • Arbeidsmarkt (niet cruciaal) • Veiling • Verzamelplaats grondstoffen <p>Infrastructuur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit en kwantiteit • In relatie tot andere regio's • Verbindingen met andere regio's en landen • Aanwezigheid: internationale luchthaven, zeehaven, wegennet <p>Leefomgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid familie • Internationale school • Goed ziekenhuis • Aanbod vrijetijdsbestedingen • Groot winkel assortiment • Klimaat (schone lucht) 	<p>Bereikbaarheid</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bereikbaarheid: klanten, lucht en zeehaven, regio's met grondstoffen/ producten en de woonlocatie • Nabijheid van tolweg, ringweg, doorgaande weg • Buiten 3 in 1 gebieden <p>Eigenschappen van het pand of terrein</p> <ul style="list-style-type: none"> • Huurprijzen (bereidheid deze te betalen) • Kwaliteit en kwantiteit van grondstoffen (gas/ water) • Faciliteiten in kantoorgebouw • Park management: zekerheid van eigendom, veiligheid en voorzieningen zoals: water en elektriciteit • Parkeer gelegenheid • Combinatie van functies, kantoorruimte met opslag of productie • Grote kantoor of kavel • Aanwezig aanbod bij keuze • Comfort • Uitstraling en herkenbaarheid vestiging • Aanwezigheid Joint Venture partner • Geen overstromingsgevaar

Hoofdstuk 6. Institutionele betrokkenheid in het locatiekeuzeproces

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk is de institutionele betrokkenheid in het locatiekeuzeproces beschreven. Dit is gedaan door de betrokkenheid van diverse organisaties in het locatiekeuzeproces te beschrijven. In paragraaf 6.2 is de rol van de BKPM in het locatiekeuzeproces beschreven. Zowel de contacten tussen ondernemingen en de BKPM als het functioneren van de BKPM zijn hier beschreven. Paragraaf 6.3 gaat in op de rol van de INA in het locatiekeuzeproces. De resultaten uit de eerste twee paragrafen zijn afkomstig uit interviews met medewerkers van de BKPM, INA en Nederlandse ondernemingen. In paragraaf 6.4 komt de betrokkenheid van diverse organisaties en overheidsinstanties aan de orde. Tot slot is in paragraaf 6.5 beschreven welke organisaties belangrijk zijn voor de onderneming om dichtbij in de buurt gevestigd te zijn. In de tabel aan het einde van dit hoofdstuk is de invloed van diverse organisaties op de locatiekeuze weergegeven.

6.2 BKPM in het locatiekeuzeproces

Aan de respondenten is gevraagd welke invloed of eventueel welke rol de BKPM heeft gehad in het locatiekeuzeproces. Indien de respondent de beschikking had over voldoende informatie, zijn er meer vragen gesteld over de BKPM en overheidsregelgeving. Er is onder meer doorgevraagd naar de invloed op de vestigingslocatie, stimulerende of beperkende maatregelen, de invloed op bedrijfsactiviteiten en de veranderingen hiervan door de jaren heen. Ondernemers geven heel duidelijk aan dat de BKPM “geen enkele invloed” heeft gehad op de keuze van de onderneming voor de vestigingsplaats. De ondernemingen geven aan contact te hebben gehad met de BKPM bij de investeringsaanvraag maar de BKPM of regelgeving geen rol heeft gespeeld bij de keuze van de vestigingsplaats. Ondernemers geven daarbij aan geen beperkingen te hebben ervaren bij de keuze van de bedrijfsactiviteiten. Eén ondernemer geeft hierbij aan dat de overheid wel de prijs van bepaalde producten regelt maar dat dit niet voor de producten geldt die deze onderneming produceert. De ondernemingen geven aan op welke manier zij contact hebben gehad met de BKPM en hoe zij deze overheidsinstantie vinden functioneren. Wanneer er gevraagd wordt naar overheidsregelgeving geven ondernemingen aan op welke manier dit invloed heeft op het Indonesische investeringsklimaat.

Functioneren van de BKPM

Verschillende ondernemingen beschrijven het functioneren van de BKPM als niet effectief. De BKPM heeft geen actieve houding, werkt vertragend en handelingen kosten veel tijd. De BKPM is wel redelijk flexibel en toegankelijk. Ondernemingen geven aan dat ze zelf een actieve houding aannemen wanneer zij willen investeren in Indonesië. Vanuit de BKPM ondervinden zij geen initiatieven of promotionele activiteiten. Investeringsaanvragen vergen veel tijd en inspanning. Verschillende ondernemingen zijn van mening dat de BKPM hier een actievere rol in mag vervullen. Eén onderneming noemt dat de BKPM in samenwerking met de INA onderzoekt op welke manier procedures versneld doorlopen kunnen worden. Eén onderneming ziet de BKPM vanuit eigenbelang werken, hierdoor worden politieke veranderingen moeilijk en vertraagd door gevoerd. Ondernemingen geven hierbij aan dat investeringsaanvragen doorgaans een succesvol resultaat hebben en er geen moeilijkheden ontstaan voor de oprichting van de onderneming. Enkele ondernemingen verklaren dit doordat de onderneming klein is of de bedrijfsactiviteiten op andere ondernemingen en niet op consumenten zijn gericht. Ondernemers houden er rekening mee dat procedures veel tijd in beslag nemen, het kennen van de juiste mensen binnen de BKPM helpt het door lopen van de procedures. Ondernemers leren om te gaan met de BKPM of laten de oprichting en contact met de BKPM over aan een advocaat, notaris of een andere consultant. Enkele ondernemingen ondervinden veranderingen in het functioneren van de BKPM. De BKPM is bezig om procedures te vereenvoudigen en sneller te laten verlopen. Eén ondernemer gaf aan dat er in het verleden onverwachte controles op papier werk werden verricht met als doelstelling hieraan te verdienen. Nu kunnen dit soort praktijken publiekelijk worden gemaakt, toen was dat niet mogelijk.

De BKPM geeft aan actief te zijn met het informeren van ondernemingen op het gebied van potentiële investeringsmarkten en het incentives beleid. In 2007 vond een forse stijging van buitenlandse

investeerders plaats. Deze stijging wordt door de BKPM verklaard uit een mix van verbeteringen in het land. Het gaat hier om een stabielere politiek, beter investeringsklimaat en de contacten die de BKPM met (potentiële) investeerders heeft gelegd. Hierbij wordt gewezen op de verbetering in 2007 van de investeringsregels waardoor een gelijke behandeling van binnen en buitenlandse ondernemingen ontstond. Ook het in werking stellen van een internationale arbitrage draagt hier aan bij. De BKPM is zich ervan bewust dat een stabiele economie en het verbeteren van eigendomsrechten erg belangrijk zijn voor het verbeteren van het investeringsklimaat. Deze elementen uit het investeringsklimaat zijn over het algemeen het belangrijkste voor het aantrekken van ondernemingen en investeringen. Het incentives beleid speelt hier een minder belangrijke rol in, maar kan zeker bijdragen aan het aantrekken van investeerders. Het wordt voornamelijk ingezet in de concurrentie strijd met andere (Aziatische) landen en wordt ingezet omdat andere landen ook incentives verstrekken.

Contact met de BKPM

Enkele ondernemers geven aan het contact met de BKPM tot een minimum te beperken. Contact met de BKPM is er alleen bij het verkrijgen van een vergunning voor de oprichting van de onderneming en bij de verdeling van de verhouding van het aandeelhouders kapitaal. Ook bekijkt de BKPM de resultaten van de verrichte bedrijfsactiviteiten. Eén onderneming gaf hierbij aan tegenwerking van de BKPM te ondervinden toen de resultaten in de opstart fase wat tegenvielen. Na een bezoek aan de BKPM waarin uitleg werd gegeven over de huidige situatie kon de onderneming door gaan met de bedrijfsactiviteiten. Voor andere ondernemingen is het noodzakelijk om goede contacten te onderhouden met de BKPM. Voor deze ondernemingen zijn goede contacten erg waardevol voor toekomstige productie uitbreidingen, investeringen en het verlengen van licenties. Dit zijn voornamelijk de ondernemingen die veel te maken hebben met vergunningen en licenties voor het soort bedrijfsactiviteiten dat zij uitvoeren en ondernemingen die grote investeringen in Indonesië doen.

Aan de BKPM is gevraagd op welke manier zij in contact proberen te komen met Nederlandse ondernemingen. De BKPM wijst hier op het Tong Tong festival dat door de Indonesische ambassade in Den Haag wordt georganiseerd. Dit festival richt zich voornamelijk op de Indische cultuur. Tijdens dit festival zijn er mogelijkheden voor ondernemingen om elkaar te ontmoeten. Mogelijk komen hier nieuwe investeringen uit voort volgens de BKPM. De BKPM ziet ook mogelijkheden om tijdens dit evenement investeringsmogelijkheden onder de aandacht van Nederlandse ondernemingen te brengen. De sectoren transport, energie, infrastructuur (elektra, gasleidingen en wegen), elektronica en de metaal, voedsel en meubel industrie worden daarbij genoemd. Ook geeft de BKPM aan zich in eerste instantie te richten op buitenlandse investeerders uit andere Aziatische landen. Landen in het midden oosten worden ook als belangrijke buitenlandse investeerders gezien. Deze landen zijn sterk in het ontwikkelen van bankwezen en toerisme. Ze zijn ook belangrijk voor de handel in petroleum en olie. Een monitoring door de BKPM laat direct na een promotie campagne in Taiwan en Spanje een stijging van de buitenlandse investeringen vanuit deze landen zien.

6.3 INA in het locatiekeuzeproces

Aan respondenten is gevraagd welke rol de INA vervult in het locatiekeuzeproces. Verder is gevraagd op welke wijze zij contact hebben met de INA en van welke diensten er gebruik wordt gemaakt. Op één onderneming na, zijn alle ondernemingen bekend met het bestaan van de INA en noemen daarbij enkele activiteiten van de INA. Enkele ondernemingen geven aan lid te zijn van de INA. Maar de INA heeft voor geen enkele onderneming een rol gespeeld in het locatiekeuzeproces. Ondernemingen geven aan zelf een afweging te maken bij locatiekeuzes. Ondernemingen geven aan zelf goed op de hoogte te zijn van de situatie in Indonesië. Daarbij hebben ze zelf de benodigde kennis en informatie in huis om locatiekeuzes te maken. Een derde partij is vaak niet nodig. Ondernemingen geven aan een "eigen netwerk" van contacten te hebben. Via dit netwerk bemachtigen ondernemingen de benodigde informatie. Een aantal ondernemingen geeft aan decennia actief te zijn in Indonesië en daardoor goed op de hoogte te zijn van de marktomstandigheden waarin de onderneming actief is. Eén onderneming geeft hierbij aan te beschikken over een wijd verspreid netwerk van distributeurs. Hierdoor zijn zij zelf op de hoogte van lokale (markt) omstandigheden, "de INA is hiervoor dus niet nodig". Ook geven ondernemingen aan dat zij eerder actief waren in Indonesië dan de INA.

Activiteiten van de INA

Verschillende ondernemingen geven aan dat het contact met de INA beperkt blijft tot de informatie die naar de leden wordt verstuurd en het bijwonen van lezingen en borrels die door de INA worden georganiseerd. Het bijwonen van de borrels gebeurt vanuit “sociaal oogpunt”. Het gaat om “informele ontmoetingen” waar de ondernemingen geen zakelijk belang bij denken te hebben. Verschillende ondernemingen geven aan dat de INA het bedrijfsleven adviseert over investeringsmogelijkheden en daarover informatie materiaal verstrekt. Eén ondernemer geeft hierbij aan dat “de INA sterk is in het verstrekken van algemene informatie over Indonesië”. En contacten onderhoudt met de Nederlandse ambassade. De ambassade vervult een rol in het adviseren over de economische omstandigheden in Indonesië en kan gewenste veranderingen onder de aandacht van de Indonesische overheid brengen. Enkele ondernemingen onderhouden regelmatig contact met de INA waardoor zij beter op de hoogte zijn van hun activiteiten. Zo wordt genoemd dat de INA in een aantal gebieden contacten onderhoudt met lokale bestuurders. Doormiddel van deze contacten wil de INA een positiever investeringsklimaat bewerkstelligen. De INA brengt de wensen van buitenlandse investeerders over op de lokale bestuurders en informeert investeerders over lokale gevoeligheden en regelgeving. Op deze manier helpt de INA lokale overheden een frame werk voor het investeringsbeleid op te zetten en worden investeerders geïnformeerd over investeringsmogelijkheden en mogelijkheden op bedrijfsparken. Er is één onderneming die aangeeft in het verleden gebruik te hebben gemaakt van de diensten van de INA. De onderneming was opzoek naar een laboratorium en de INA heeft daar toen over geïnformeerd, verder is er nauwelijks contact geweest met de INA.

Ondernemingen die al lang gevestigd zijn in Indonesië geven aan dat “de ondersteuning eerder andersom zal zijn”. Enkele ondernemingen hebben veel ervaring met het zaken doen in Indonesië zodat zij de INA of hun leden hierover informeren. Deze ondernemingen voeren hierover gesprekken met de INA. Eén respondent gaf aan zitting te nemen in het bestuur van de INA en één onderneming neemt deel aan het waternetwerk van de INA. De INA geeft aan dat ondernemingen in verschillende stadia met hen in contact komen. Hierdoor is de INA vaak niet betrokken bij een eerste investeringsbeslissing van een onderneming. De INA geeft aan niet direct betrokken te zijn bij de locatiekeuze van ondernemingen. Vaak hebben ondernemingen hier al een keuze in gemaakt. Wel informeert de INA ondernemingen over de mogelijkheden in verschillende gebieden. Vaak gaan deze adviezen over lokale regelgeving die tussen gebieden kan verschillen. De INA probeert hiermee aan de ene kant lokale overheden te adviseren over de wensen van buitenlandse investeerders en aan de andere kant ondernemingen te informeren over de mogelijkheden in deze gebieden. Opvallend hierbij is dat de INA aangeeft dat ondernemingen uit Duitsland en Frankrijk veel meer investeren in Indonesië dan Nederlandse ondernemingen, ook wanneer dit relatief gezien wordt naar de grote van deze landen. De EVD die zich bezeerd op cijfers van de centrale bank geeft echter aan dat Nederland na het Verenigd Koninkrijk de grootste Europese investeerder in Indonesië is. Ook geeft de INA aan dat ondernemingen uit Duitsland en Frankrijk veel meer dan Nederlandse ondernemingen investeren in productie. Nederlandse ondernemingen zouden voornamelijk betrokken zijn met consultancy en waterzuivering.

Nieuwe investeerders

Het merendeel van de ondervraagde ondernemingen geven aan zelf geen gebruik te maken van INA diensten omdat ze zelf de kennis in huis hebben, maar geven daarbij aan dat de INA heel handig kan zijn voor nieuwe investeerders in Indonesië. Zo wordt aangegeven dat de INA een vraagbaak is voor juridische zaken en investeringsmogelijkheden. Verder kan het voor nieuwe investeerders handig zijn om via de INA een eigen netwerk van contacten op te bouwen. Enkele ondernemingen geven aan dat de INA een belangrijke rol kan vervullen bij de locatiekeuze van nieuwe investeerders. Eén onderneming die recent een nieuwe vestigingslocatie heeft gevonden gaf aan behoefte te hebben aan concreet advies en informatie over geschikte bedrijfslocaties in Jakarta. Er was op dat moment behoefte aan specifieke informatie over: wijken, infrastructuur, huurprijzen, voorzieningen en de situatie op verschillende bedrijfslocaties.

Beoordeling van ondernemingen

De manier waarop ondernemingen de INA beoordelen verschilt sterk en is afhankelijk van persoonlijke ervaringen met de INA. Zoals hierboven al is beschreven beoordelen, verschillende ondernemingen de INA positief vanwege hun betekenis voor nieuwe ondernemers. Eén onderneming beschrijft dit door aan te geven dat “de INA een goede organisatie is die efficiënt te werk gaat”. Andere ondernemingen geven aan dat de INA “traag communiceert” en “weinig inhoud” heeft. De INA is instaat de oprichting voor een onderneming te regelen maar, dit duurt te lang waardoor dit aan een andere partij wordt overgelaten. Eén onderneming geeft aan dat “het advies van de INA te duur is en vaak krijg je te horen wat je eigenlijk al weet”. Ook geeft een onderneming aan dat de interesse van de INA in een onderneming afhankelijk is van hoe interessant je als onderneming bent voor de INA. In het verleden was die INA hierin te arrogant, maar wordt in verloop van tijd steeds toegankelijker. Eén ondernemer is van mening dat de INA geen sterke partij is als vertegenwoordiger van het Nederlandse bedrijfsleven. Dit is belangrijk in Indonesië om interessant gevonden te worden. De Eurocham profileert zich daar sterker in. De INA probeert dan ook met andere KvK's gezamenlijke activiteiten te ondernemen. De ondernemer die aangaf niet bekend te zijn met de INA gaf aan wel contact te hebben met de Franse Kamer van Koophandel in Indonesië. Deze KvK onderhoudt goede contacten met de BKPM en andere buitenlandse KvK's in Indonesië. De Franse KvK verstrekt goede informatie, onder meer over met welke Indonesische ministers er goed samen te werken is. Ook heeft deze ondernemer ooit contact gehad met een Duitse vakbond, die geïnteresseerd was in hoe het buitenlandse investeerders vergaat in Indonesië.

6.4 Divers organisaties in het locatiekeuzeproces

Aan de ondernemingen is gevraagd of dat er nog andere organisaties betrokken zijn geweest bij de keuze te investeren in Indonesië en welke rol deze hebben in het locatiekeuzeproces. Verschillende ondernemingen geven aan gebruik te maken van diverse informatiebronnen zoals: adviseurs, KvK's, ministeries en de EVD. Enkele ondernemingen geven hierbij aan echter niet afhankelijk te zijn van deze informatiebronnen bij de locatiekeuze. Eén onderneming geeft hierbij aan dat de locatiekeuze vaak specifiek is voor een onderneming. Een onderneming raadpleegt zelf verschillende informatiebronnen. Een andere partij kan de onderneming informeren maar de uiteindelijke keuze maakt een onderneming zelf. Eén onderneming geeft aan dat de EVD op verzoek marktonderzoek verricht en informeert over investeringsmogelijkheden. Bij de keuze voor het land is achtergrondinformatie ingewonnen over onder meer het investeringsklimaat en de aandeelhouders verdeling bij buitenlandse investeringen. Hierbij geeft één respondent aan dat enkele ondernemingen ook waarde hechten aan de snelheid waarmee winsten uit een land weggehaald kunnen worden.

Tijdens een interview met de INA en de BKPM geven deze instanties aan verschillende contacten te onderhouden met diverse instanties zoals KvK's, ambassades en overheidsafdelingen ter promotie en verbetering van het Indonesische investeringsklimaat

Contacten met de Nederlandse ambassade

Een aantal ondernemingen is specifiek gevraagd naar het contact met de Nederlandse ambassade in Indonesië. Deze ondernemingen zijn van mening dat de ambassade niet veel interesse toont. De ambassade verwijst vaak direct door naar de INA. Enkele respondenten vertellen over het contact dat zij in het verleden hebben gehad met de Nederlandse ambassade. Hierbij wordt aangegeven dat de ambassade zich niet of nauwelijks bezig houdt met Nederlandse ondernemingen in Indonesië. De ambassade is niet op de hoogte van welke ondernemingen er actief zijn en welke activiteiten er worden uitgevoerd. Dit blijkt volgens één onderneming uit een verzoek van de ambassade voor een interview met de onderneming. De ambassade vroeg zich af waarom deze onderneming de grootste importeur uit Nederland was. Zonder te beseffen dat de onderneming een Nederlandse oorsprong had. Een andere onderneming noemt het enthousiasme waarmee de ambassade een nieuw idee oppakt, maar hier vervolgens nooit een vervolg aan geeft. Wanneer het idee zonder officiële bevestiging beëindigd wordt komt dit als ongeïnteresseerd over. Enkele ondernemingen geven aan dat de ambassade voornamelijk bezig is met politieke betrekkingen tussen Nederland en Indonesië. De ambassade toont geen interesse in zaken waar Nederlandse ondernemingen mee bezig zijn. De ambassade zou te voorzichtig en terughoudend zijn in handelen en het doen van uitspraken.

Waarschuwingen worden sneller gegeven dan ingetrokken. Overheden zouden volgens de respondent niet bereid zijn risico's te nemen, waardoor een onderneming zich niet kan laten leiden door de overheid.

De rol van belangen organisaties

Enkele ondernemingen is expliciet gevraagd wat de invloed of rol van milieubewegingen en belangen organisaties is op de locatiekeuze. Ondernemingen geven daarbij aan geen invloed of hinder van deze organisaties te ondervinden bij de locatiekeuze. Dit heeft zowel te maken met het nauwelijks invloed hebben van deze organisaties in Indonesië op de locatiekeuze als met de bedrijfsactiviteiten van de onderzochte ondernemingen. Als voorbeeld van ondernemingen die hier misschien wel hinder van ondervinden worden genoemd, de textielindustrie en ondernemingen die hormonen gebruiken bij dieren of voeding.

Tussen personen

Verschillende ondernemingen maken gebruik van tussen personen bij het opzetten van de onderneming. Deze tussen personen zijn vaak een notaris, advocaat of hebben hier een eenmanszaak in. Doordat ondernemingen werken met deze tussen personen kunnen zij het doorlopen van de procedures uitbesteden. Hierdoor heeft een onderneming niet direct te maken met eventuele corruptie, lastige bureaucratie, onderhandse betalingen en lange wachtrijen die een onderneming tijdens deze procedure tegen kan komen. Ondernemingen willen met dit soort zaken niet geconfronteerd worden, het uitbesteden van de vestigingsaanvraag voorkomt dit.

6.4.1 Lokale overheden

Een aantal ondernemingen is expliciet gevraagd naar de betrokkenheid van lokale overheden tijdens het locatiekeuzeproces. Enkele ondernemingen geven aan geen contact te hebben gehad met lokale overheden tijdens het locatiekeuzeproces of vestigingsaanvraag. Eén onderneming geeft hierbij aan dat lokale overheidsregels wel van invloed zijn geweest op de keuze voor de vestigingslocatie. De eerder genoemde drie in één regel in Jakarta zorgt ervoor dat ondernemingen niet in gebieden gevestigd willen zijn waar deze regel van kracht is. Eén ondernemer geeft aan contact te hebben gehad met veertien instanties bij de oprichting van de onderneming, twaalf hiervan zijn lokale overheden. Om de beoogde bedrijfsactiviteiten te mogen uitvoeren in Indonesië waren diverse documenten noodzakelijk. Het verkrijgen van deze documenten bij lokale overheden vergt erg veel tijd. De ondernemer had niet het idee dat deze lokale overheden een startende onderneming tegenwerken. Toch is het moeilijk als ondernemer je aan deze overheden aan te passen. Een andere ondernemer onderhoudt al zeer lange tijd contact met diverse lokale overheden via een netwerk van distributeurs en verkoop kantoren. In het verleden werd veel vanuit de centrale overheid vrij strak geregeld. Deze onderneming merkt al enige verandering vanuit lokale overheden door de deregulatie.

6.5 Nabijheid van andere ondernemingen en organisaties

Gevraagd is aan de ondernemingen, of het voor de onderneming van belang is in de nabijheid van organisaties of andere ondernemingen gevestigd te zijn. Een aantal ondernemingen reageert hierop door aan te geven dat andere factoren van groter belang zijn geweest dan de nabijheid van instanties en andere ondernemingen. Wanneer de onderneming afhankelijk is van een bepaalde dienstverlening zijn contacten over grotere afstand ook mogelijk of worden door de onderneming daar werknemers voor in dienst genomen. De instanties en andere ondernemingen die genoemd worden als belangrijk om dichtbij gevestigd te zijn, zijn ook al genoemd toen de ondernemingen gevraagd is naar belangrijke vestigingsplaatsfactoren. Het gaat hier om de luchthaven, zeehaven, toeleveranciers, klanten, joint venture partner en ondernemingen waarmee wordt samengewerkt. Enkele ondernemingen geven aan dat het noodzakelijk is gevestigd te zijn in de nabijheid van andere ondernemingen voor het uitvoeren van hun bedrijfsactiviteiten. Deze ondernemingen werken samen met andere ondernemingen onder meer voor onderaanneming. Deze ondernemingen geven aan dat het belangrijk is in de nabijheid van goede adviseurs zoals juristen gevestigd te zijn. Andere ondernemingen geven hierbij aan dat een onderneming waarmee wordt samengewerkt niet strikt noodzakelijk in hun nabijheid gevestigd moet zijn. Enkele ondernemingen die hun hoofdkantoor gevestigd hebben in het zakencentrum geven aan dat dit te maken heeft met het verkorten van de reistijd naar zakelijke dienstverleners. Het gaat hier om

zakelijke dienstverleners zoals banken, reclamebureaus, media gerelateerde organisaties, verkoop diensten, advocaten, adviseurs maar ook overheidsinstanties. De lucht en zeehaven zijn belangrijk voor ondernemingen die erg afhankelijk zijn van de aan en afvoer van grondstoffen, producten en machines en klanten die via deze havens de onderneming bereiken. Ook de dienstverleners rond deze havens worden genoemd als belangrijk om dichtbij gevestigd te zijn. Het aanbod van lokale transporteurs wordt hierbij genoemd. Voor een aantal van deze ondernemingen was naast de goede logistieke uitvalbasis ook de nabijheid van toeleveranciers van belang. Een aantal ondernemingen gaf aan dat wanneer meerdere ondernemingen zich vestigen in een bepaalde omgeving daar na enige tijd steeds meer toeleveranciers zich ook gaan vestigen. Verschillende ondernemingen geven aan ergens gevestigd te zijn vanwege de nabijheid van klanten of toeleveranciers. De (toevallige) nabijheid van zakelijke dienstverleners zoals accountants, financiële organisaties, notarissen, juristen en de veiling spelen daarbij geen rol. Deze ondernemingen geven wel aan dat het gemakkelijk kan zij hier dichtbij gevestigd te zijn, maar dat dit niet strikt noodzakelijk is. Er zijn ook ondernemingen die aangeven dat de nabijheid van klanten of toeleveranciers niet van belang zijn geweest voor de locatiekeuze. Toeleveranciers zijn dan in andere regio's of landen gevestigd en één onderneming geeft aan gevestigd te zijn in Jakarta vanwege de joint venture partner en niet vanwege, klanten of toeleveranciers. De representativiteit van de onderneming in Jakarta wordt belangrijker bevonden dan de nabijheid van zakelijke dienstverleners. Eén ondernemer geeft aan dat het belang van clustering voor ondernemingen in Indonesië veel minder van belang is dan in Nederland. Volgens deze ondernemer komt dit doordat ondernemingen hier eerder dan in Nederland geneigd zijn werknemers in dienst te nemen. Een mogelijke oorzaak hiervan is, de erg lage loonkosten in Indonesië. Hierdoor nemen ondernemingen eerder iemand aan dan dat werk wordt uitbesteed aan een gespecialiseerde onderneming. Ondernemingen zijn hierdoor minder afhankelijk van ondernemingen in hun nabijheid, maar hierdoor ontstaat ook een gebrek aan gespecialiseerde ondernemingen en gespecialiseerde arbeiders. Voor grote ondernemingen is dit minder problematisch omdat zij over de middelen beschikken om zelf gespecialiseerd personeel aan te trekken.

De respondenten geven aan dat de BKPM, de INA, adviesorganisaties en overheidsinstanties geen invloed hebben gehad op de locatiekeuze van de onderneming. Wel geven deze respondenten aan in meer of mindere mate in contact te staan met verschillende organisaties en instanties. Deze dienen als informatiebron bij een locatiekeuze. Ondernemingen zijn echter niet afhankelijk van deze organisaties voor hun informatie voorziening. Hoewel deze organisaties en instanties niet doorslaggevend zijn bij de locatiekeuze, spelen ze dus wel een (geringe) rol in het locatiekeuzeproces. De nabijheid van lucht en zeehaven, leveranciers, klanten en partner zijn wel bepalend voor de locatiekeuze. In tabel 6.1 is weergegeven op welke manier de verschillende organisaties betrokken zijn bij de onderneming.

Tabel 6.1 Invloed van organisaties op de locatiekeuze

BKPM (overheidsinstantie)	INA (kamer van koophandel)	Overige organisaties
<ul style="list-style-type: none"> • Geen invloed op locatiekeuze <p>Activiteiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informeren over potentiële investeringsmarkten en incentives beleid • Verstrekken van investeringsvergunning, verdeling aandeelhouders kapitaal, en verlenen van licenties 	<ul style="list-style-type: none"> • Geen invloed op de locatiekeuze <p>Activiteiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ondernemingen met elkaar in contact brengen • Adviseren over investeringsmogelijkheden en opstarten onderneming • Onderhouden contacten met o.a. ambassades en KvK's • (Lokale) overheden informeren over investeringsbehoeften van ondernemingen 	<p>Lokale overheden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geen invloed op de locatiekeuze <p>Adviseurs, kvk's, ministeries, EVD, ambassade</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geen invloed op de locatiekeuze • Dient uitsluitend als informatiebron <p>Lucht en zeehaven, leveranciers, klanten en partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nabijheid is gewenst of noodzakelijk

Hoofdstuk 7. Vestigingsklimaat Indonesië

7.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft het Indonesische vestigingsklimaat. Dat wordt gedaan door in paragraaf 7.1 in te gaan op het Indonesische investeringsklimaat. Hier worden factoren van het investeringsklimaat beschreven die verbeterd moeten worden. Het gaat hier niet om doorslaggevende vestigingsplaatsfactoren maar ongunstige factoren waaronder ondernemingen actief zijn. In paragraaf 7.2 zijn de gevolgen van de decentralisatie in Indonesië beschreven. Hier wordt zowel ingegaan op de gevolgen voor de ontwikkeling van regio's als op de effecten op de locatiekeuze van ondernemingen. Vervolgens is de locatiekeuze van de concurrenten van de onderzochte ondernemingen beschreven. In Paragraaf 7.5 en 7.6 komen achtereenvolgens de keuze voor een alternatieve vestigingsplaats en redenen voor het kiezen van een andere vestigingsplaats aan de orden. Aan het eind van dit hoofdstuk zijn in een tabel alle motieven die ten grondslag liggen aan verhuizen of blijven weergegeven.

7.2 Indonesische investeringsklimaat

Aan de ondernemingen is gevraagd welke veranderingen de onderneming graag ziet in het investeringsklimaat ten gunste van de onderneming. Op een aantal punten wordt het investeringsklimaat niet gunstig bevonden. Toch zijn er ondernemingen die zich vestigen en onder deze ongunstige omstandigheden werkzaam zijn. De factoren van het investeringsklimaat zijn voor de onderzochte ondernemingen in dit onderzoek niet doorslaggevend geweest bij de locatiekeuze. Deze factoren zijn mogelijk wel doorslaggevend voor andere ondernemingen om zich niet te vestigen of Indonesië te verlaten. Er zijn in dit onderzoek echter geen ondernemingen onderzocht die zich niet hebben gevestigd in Indonesië. De beoordeling van het investeringsklimaat door ondernemingen die zich wel hebben gevestigd geeft mogelijk inzicht in de factoren die andere ondernemingen ervan hebben weerhouden zich te vestigen.

Verschillende ondernemingen noemen veranderingen waarvan de onderneming direct kan profiteren maar er worden ook veranderingen genoemd die in zijn algemeenheid bijdragen aan een beter investeringsklimaat. De veranderingen die genoemd worden, worden door de ondernemingen gekoppeld aan problemen waarmee de onderneming of Indonesië op dit moment te maken heeft. De veranderingen die worden genoemd hebben betrekking op wetgeving, bureaucratie, corruptie, infrastructuur en de arbeidsmarkt. Naast deze redenen noemt één ondernemer de milieu verontreiniging en luchtkwaliteit in Jakarta.

Regelgeving, bureaucratie en corruptie

Verschillende respondenten noemen minder corruptie, bureaucratie en een overheid die meer service gericht is als gewenste verbetering voor het Indonesische investeringsklimaat. Ook worden er veranderingen op het gebied van regelgeving genoemd als verbetering. Buitenlandse ondernemingen ervaren een grote regeldruk en geven aan dat regels regelmatig veranderen. Deze veranderingen zijn niet altijd gunstig voor buitenlandse investeerders en het investeringsklimaat. Respondenten wijzen op het niet transparant zijn van de wetgeving en willen graag dat hier verandering in komt. Een wetsregel kan op verschillende manieren worden geïnterpreteerd en toegepast. Ondernemingen geven hierbij vaak de belastingwetgeving als voorbeeld. Hoewel één ondernemer aangeeft dat de belastingwetgeving aan het verbeteren is door de komst van de nieuwe minister van financiën, worden er door andere verschillende ondernemers verbeter punten genoemd. Dit heeft volgens deze ondernemingen geen invloed gehad op de locatiekeuze maar wel op het investeringsklimaat van Indonesië. De hoge belasting op ingevoerde luxe goederen doet enkele ondernemingen wel besluiten de productie in Indonesië plaats te laten vinden. De INA voegt hier aan toe dat belasting belangrijk is voor ondernemingen maar dat veel ondernemingen zaken als markt kansen en afzetmarkt belangrijker vinden. Ook de aanwezige infrastructuur wordt hier bij genoemd vanwege de kosten van productie en afzet die hieraan verbonden zijn. Doordat er teveel regelgeving is en deze inefficiënt is kost het de ondernemingen veel of meer tijd om met regelgeving om te gaan. Eén onderneming geeft aan de het inefficiënt te werk gaan in Indonesië erg nadelig is voor het land. Indonesië beschikt over grote hoeveelheden bronnen maar weet deze niet efficiënt in te zetten voor een economische ontwikkeling.

Indonesië moet zijn wetgeving hierop aanpassen omdat het concurrentieveld met andere landen erg veranderd is. Er wordt positief gereageerd op veranderingen die procedures efficiënter en sneller maken. Het ambtenaren apparaat lijkt zich te verbeteren en mede door een paar goede ministers veranderen procedures. Indonesië probeert het investeringsklimaat te verbeteren door de vestigingsprocedure te verkorten van zes naar twee maanden. Elke drie maanden wordt er door de BKPM bekeken wat het effect van de investeringsregels is op de economie en of regels aangepast dienen te worden. Bescherming van eigendommen en rechtszekerheid ten opzichte van bestaande wetgeving zijn erg belangrijk voor ondernemingen. Veel ondernemingen kiezen als dat mogelijk is voor een bezit van 100% van de aandelen. Oude regels blijven retroactief waardoor in het verleden opgerichte ondernemingen hun verworven belang mogen handhaven. Het retroactief blijven van de regels wordt positief ervaren door de ondernemingen. De INA geeft aan dat er wetgeving is die de Indonesische ondernemingen beschermt, het gaat hier dan voornamelijk om kleine ondernemingen. Hiervoor is een 'negative list' waardoor bepaalde investeringen beperkt of verboden zijn. Ondernemingen geven aan dat er meer duidelijkheid dient te komen in deze lijst. Het is nu niet altijd duidelijk of een investering hier onder valt of niet. Niet alle veranderingen worden gunstig ervaren voor het investeringsklimaat. Regelgeving verdubbelt en de benodigde tijd voor het vestigen van een onderneming is nog steeds erg lang. Ook het belasting regime is niet aantrekkelijk voor buitenlandse investeerders en de aanleg van infrastructurele projecten neemt te veel tijd in beslag. Eén onderneming geeft aan dat het gemak en de snelheid waarmee bestaande regels worden veranderd niet veel zekerheid geeft aan bestaande ondernemingen. Hiermee geeft deze onderneming ook aan dat niet alle veranderingen op het gebied van regelgeving als positief worden ervaren. Deze ondernemer ziet graag een regulatie in het "wilde westen" van regels. Volgens deze onderneming is toetreden tot de markt eenvoudig waardoor bestaande ondernemingen te weinig rechtszekerheid hebben. Een andere ondernemer geeft juist aan beschermd te zijn tegen nieuwkomers op de markt vanwege een stop op het uitgeven van nieuwe licenties voor de markt waarin deze onderneming actief is. Enkele ondernemingen geven aan dat het verslechteren van de regels, buitenlandse ondernemingen ervan weerhoudt te investeren in Indonesië. Hierdoor wordt de kans op concurrentie van deze ondernemingen ook kleiner. Regelgeving kan het voor ondernemingen moeilijk maken zich te vestigen en zich te handhaven na de vestiging. Daar staat tegenover dat (enkele) gevestigde ondernemingen een voordelige positie in kunnen nemen ten opzichte van buitenlandse ondernemingen die zich graag zouden willen vestigen in Indonesië. Deze ondernemers geven dan ook aan dat veranderingen in regelgeving door verschillende partijen verschillend ervaren kan worden. De ondernemingen uiten over het algemeen vertrouwen in Indonesië als investeringsland. Dit blijkt uit recente investeringen die door de ondernemingen zijn gedaan. Het afnemen van corruptie door de bestrijding hiervan door de KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi/ anti corruptie dienst) wordt in dit kader als positief ervaren. De KPK dient echter nog actieve op te treden tegen corruptie in Indonesië. De handhaving van politie en douane in de haven leidt tot corruptie bij het importeren van goederen. De FCGI geeft aan dat een verbetering van de 'corporate governance' in de private sector zorgt voor meer transparantie. Door samenwerkingsverbanden tussen de private en publieke sector in Indonesië ontstaan er op dit gebied ook verbeteringen in de publieke sector. Door een verbetering van 'corporate governance' bij zowel ondernemingen als de overheid zal Indonesië beter scoren op investeringsranglijsten. Dit zorgt volgens de FCGI voor een beter investeringsklimaat en kan dus gevolgen hebben voor de locatiekeuze van ondernemingen op het ruimtelijke schaalniveau van het land. Ondernemingen vinden het wel onbegrijpelijk dat Indonesië de investeringsregels verslechtert terwijl ze meer buitenlandse investeringen willen aantrekken. Het Indonesische investeringsklimaat is veel slechter dan dat van omringde Aziatische landen. Het concurrentie veld van Aziatische landen is sterk veranderd nadat landen als China, India en Vietnam een open economie hebben gekregen. Deze landen bieden goede incentives en lage lonen. Indonesië loopt hierdoor achter op het gebied van investeringsbeleid. Het incentives beleid van Indonesië probeert ondernemingen naar bepaalde gebieden te krijgen. Het betreft o.a. de 'bounded zones' waar een belasting incentives systeem van toepassing is. In deze zones kan geproduceerd worden voor de export zonder dat daar export belasting over betaald dient te worden.

Infrastructuur

Door ondernemingen worden verschillende gewenste veranderingen genoemd op infrastructureel gebied aan wegen, havens en voorzieningen van elektriciteit en water. Voornamelijk de verkeerssituatie in Jakarta wordt door veel ondernemingen genoemd. De verkeerssituatie wordt onveilig gevonden voor werknemers die op een motorscooter naar het werk komen. Ook het publieke vervoerssysteem dient verbeterd te worden. Zowel een snellere doorstroming in de stad als een snelle verbinding naar de luchthaven vanuit de stad worden genoemd. De drie in één maatregel die geldt voor verschillende delen van het zakencentrum lost de verkeersdruk niet op. Veel zakenmensen zitten al met een chauffeur in de auto, door een 'lifter' tegen betaling mee te nemen wordt voldaan aan de drie in één regel en kan iedereen met zijn auto de binnenstad in. Door deze regeling neemt de verkeersdruk niet af, maar neemt het ongemak voor ondernemingen wel toe. Naast verbeteringen aan het wegennet in Jakarta wordt ook het wegennet buiten Jakarta genoemd. De wegen zijn over het algemeen zeer slecht en lopen vast doordat er te weinig onderhoud wordt verricht. Hierdoor is het regelen van de logistiek voor een onderneming erg lastig. Een slechte organisatie van het land en te weinig infrastructuur weerhoudt volgens één ondernemer investeerders om naar Indonesië te komen. Volgens een andere ondernemer worden passagiers prijzen voor de trein te laag gehouden, hierdoor blijven investeringen uit. Tenzij er vanuit ondernemingen de behoefte ontstaat voor een goede treinverbinding vanwege het vervoeren van grondstoffen. Deze verbeteringen aan infrastructurele werken worden niet alleen genoemd in het kader van verbeteringen aan het Indonesische investeringsklimaat. Het levert een aantal ondernemingen ook direct meer werk op. Ook kan een onderneming efficiënter te werk gaan doordat werknemers zich dan sneller kunnen verplaatsen door de stad. Volgens een ondernemer betekent dit in plaats van twee, drie afspraken per dag. Niet alleen het wegennet wordt hier genoemd, maar ook de lucht en zeehaven worden genoemd. Zo wordt genoemd dat de zeehaven te klein en te inefficiënt is, waardoor de overslag van goederen veel te lang duurt. Ook zijn de prijzen in de haven veel te hoog. Het vinden van een goede directe vlucht naar Europa wordt steeds lastiger. Vaak dient er eerst een tussenlanding op Singapore gemaakt te worden. Dit is wellicht te verklaren doordat ondernemingen steeds minder expats in het buitenland hebben. Hierdoor zijn er minder vluchten nodig. Ook de infrastructuur van het elektriciteitsnet dient volgens de respondenten verbeterd te worden. In veel gebieden in Indonesië is de elektriciteitsvoorziening niet altijd in orde waardoor die gebieden vaak zonder stroom zitten. Naast een gebrek aan elektriciteit wordt er door één ondernemer het gebrek aan water met een goede kwaliteit genoemd en het te weinig beschikbaar zijn van LNG (Liquefied Natural Gas).

Arbeidsmarkt

Een aantal ondernemingen geeft aan welke problemen er zijn op de Indonesische arbeidsmarkt. Het lage kennisniveau van werknemers wordt hierbij genoemd waardoor ondernemingen te maken hebben met onder gekwalificeerd personeel. Werknemers kunnen in Indonesië soms niet eens rekenen en schrijven. Ondernemingen zien dan ook graag verbetering in het onderwijs in Indonesië waardoor de kwaliteit van geschoold personeel toe zal nemen. Dit geldt niet alleen voor het lager onderwijs maar ook voor de Universiteiten. Volgens één ondernemer hebben Universiteiten een laag niveau waardoor het niveau van afgestudeerde studenten lager is dan elders in de wereld. Het aantal mensen met een hoog kennisniveau en veel werkervaring is daardoor te laag in Jakarta. Ondernemingen zijn op zoek naar beter opgeleiden werknemers en vinden deze het meeste in de omgeving van Jakarta. Vaak gaat het dan om Aziatische werknemers met een Chinese of Taiwanese achtergrond. Veel buitenlandse ondernemingen geven er de voorkeur aan om met minder westerse werknemers in het buitenland te werken. Eén onderneming geeft hierbij aan dat het werken met lokale werknemers beter is zolang ze maar eerlijk zijn en kennis van zaken hebben. Het verkopen van producten door lokale werknemers wordt erg belangrijk gevonden. Deze ondernemer geeft aan dat buitenlandse ondernemingen vaak door een westerling worden opgezet. Waarna deze lokaal kundig personeel zal selecteren om te proberen daar het werk aan over te dragen. In Thailand is dat redelijk eenvoudig. In Indonesië is dat veel moeilijker te realiseren. Niet alleen het niveau van werknemers op de arbeidsmarkt worden hier genoemd, ook het lastig ontslaan van werknemers. Hoewel de salarissen in Indonesië laag zijn, geeft het lastig ontslaan van werknemers toch een belemmering voor ondernemingen om werknemers in dienst te nemen. Voor grote ondernemingen is het doorgaans lastiger om werknemers te ontslaan dan

voor kleine ondernemingen. Hierdoor besteden enkele grote ondernemingen werk uit aan andere ondernemingen, om op deze manier geen werknemers aan te hoeven nemen.

Concurrentievoordeel van Indonesië

Enkele ondernemers geven aan dat Indonesië een geschikt land is om niet gecompliceerde toegevoegde waarden te leveren in een productieproces. Eenvoudige verwerking van grondstoffen of een product kan hier voordelig zijn vanwege de lagere energie en arbeidskosten.

De factoren in tabel 7.1 geven aan op welke punten het Indonesische investeringsklimaat moet verbeteren. Deze factoren zijn niet doorslaggevend geweest bij de locatiekeuze van de ondernemingen die in dit onderzoek zijn meegenomen. Mogelijk dat deze factoren wel belangrijk zijn bij de locatiekeuze van ondernemingen die besluiten zich niet te vestigen in Indonesië of van ondernemingen die vertrokken zijn uit Indonesië.

Tabel 7.1 Gewenste veranderingen van het Indonesische investeringsklimaat.

Institutionele omgeving	Infrastructuur	Arbeidsmarkt
<p>Regelgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eenduidige interpretatie en implementatie • Efficiëntere regelgeving en lager regeldruk • Verminder protectionisme • Verbeter rechtszekerheid en eigendomsrechten • Afremmen van snelheid en gemak waarmee regelgeving veranderd • Meer transparantie • Minder veranderingen in investeringsregels en voorschriften • Beter incentives beleid • Aantrekkelijker belasting regiem • Meerderheidsbelang in Joint Venture handhaven (100%) • Investeringsregelgeving verbeteren t.o.v. andere Aziatische landen <p>Bureaucratie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minder bureaucratie • Service gerichte overheid <p>Corruptie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actiever optreden tegen corruptie • Afname van corruptie <p>Politiek</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stabieler politiek 	<p>Zeehaven</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meer efficiëntie • Verlagen haven prijzen <p>Internationale luchthaven</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meer directe internationale vluchten <p>Wegennet (in Jakarta)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veiliger verkeer • Verbeter publieke vervoersysteem • Snellere verbindingen in en buiten de stad naar lucht en zeehaven • Beëindigen 3 in 1 regeling • Procedures voor de aanleg van infrastructuur verkorten <p>Voorzieningen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betrouwbaardere stroom voorziening • Verbetering in kwaliteit en kwantiteit van water 	<p>Werknemers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoger kennis niveau • Verbetering in kwalificatie personeel • Verbetering onderwijssysteem, van basis tot universiteit <p>Wetgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> • Versoepeling ontslagrecht • Verlaging van loon en Werkloosheid • Vermindering van werkloosheid <hr/> <p>Milieu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermindering milieu verontreiniging • Verbetering luchtkwaliteit Jakarta

De Islam

Volgens één ondernemer werkt de Islam remmend op de economie, wat te zien zou zijn aan de economische ontwikkeling van het land. Indonesië kent dertig feestdagen waarvan er veel afkomstig zijn uit de Islam. Op vrijdagmiddag zijn overheden gesloten en werken veel mensen niet meer. Ook de ramadan heeft gevolgen voor de economische ontwikkeling. In deze periode werken mensen wel maar zijn dan veel minder productief. Het geloof speelt een belangrijke rol in het dagelijkse leven van Indonesië en is zo van invloed op de arbeidsmarkt en economische ontwikkeling van Indonesië.

Chinese invloeden

Enkele respondenten geven het hieronder beschreven beeld van de Chinese invloeden op de Indonesische economie. In Indonesië woont een grote bevolkingsgroep met een Chinese etniciteit. Deze bevolkingsgroep heeft een goede positie in de samenleving en beschikt over een goed netwerk en relaties met andere Chinezen in omliggende Aziatische landen. Door een onderling vertrouwen en een zelfde etniciteit gunnen zij elkaar lagere prijzen dan andere Indonesische ondernemers. Hierdoor verkrijgen zij een sterkere concurrentie positie en beheersen hierdoor een belangrijk deel van de Indonesische economie. Hoewel dit niet altijd direct zichtbaar is, is dit wel bepalend voor ondernemingen in Indonesië.

7.3 Gevolgen van de decentralisatie

Aan de ondernemingen is gevraagd welke gevolgen de decentralisatie in Indonesië heeft voor de locatiekeuze van de onderneming. Ook is gevraagd welke gevolgen dit heeft voor een eventuele economische spreiding over Indonesië en de gevolgen hiervan voor steden of regio's. Eén ondernemer geeft aan dat er binnen Indonesië een grote sociale en culturele verscheidenheid tussen gebieden is waardoor het land bijna niet meer centraal te regelen valt. In het verleden werd alles centraal door de overheid vanuit Jakarta geregeld. Provincies bleven hierdoor achter in hun ontwikkeling. Hier komt nu verandering in volgens deze ondernemer. Volgens een andere onderneming ontving Jakarta een geldstroom vanuit de provincies en nu mogen provincies een deel hiervan houden voor hun eigen ontwikkeling. Eén onderneming geeft aan dat het voor de economische ontwikkeling en bedrijvigheid in de regio's het noodzakelijk is dat deze autonoom zijn en eigen verantwoordelijkheden krijgen. Deze onderneming geeft Amerika als voorbeeld waar staten eigen regels hebben en kunnen aanpassen aan de lokale behoeften en omstandigheden. Hierdoor ontstaat een wetgeving die past bij de regio.

De Professoren van de UGM geven aan dat er in Indonesië altijd grote verschillen zijn geweest tussen Jakarta en de buiten eilanden die voornamelijk gedomineerd worden door bossen en natuurlijke bronnen.

Gevolgen voor de regio's

Ondernemingen denken verschillend over de gevolgen die de decentralisatie zal hebben op de economische ontwikkeling van regio's, zowel in positieve als negatieve zin. Er is een onderneming die meent dat de decentralisatie misleidend is. Er zou gesuggereerd worden dat provincies meer zeggenschap krijgen maar het land wordt nog steeds centraal vanuit Jakarta bestuurd. De decentralisatie zou eer geven aan gouverneurs maar Jakarta blijft een centrale rol spelen. Een andere ondernemer geeft aan dat decentralisatie niet zal leiden tot enige verbetering in de huidige situatie. Dit komt doordat de zaken momenteel niet goed vanuit Jakarta worden georganiseerd, wat niet een goede basis biedt voor decentralisatie. Andere ondernemingen kijken positiever tegen de veranderingen aan en zijn van mening dat bepaalde zaken eenvoudiger worden voor een ondernemer. Voorheen moest een ondernemer zich door het ambtenarenapparaat worstelen voordat de hoogste persoon bereikbaar was om zaken mee te doen. Nu kan een ondernemer zich richten tot lokale ambtenaren die veel gemakkelijker bereikbaar zijn. Volgens één onderneming zal een goed incentives beleid en een verbetering van de infrastructuur moeten zorgen voor een economische spreiding over het land. Volgens deze ondernemer kan de INA hier een rol in vervullen door naar de verschillende regio's te gaan en zich daar te laten informeren over de lokale mogelijkheden.

De BKPM geeft aan dat door de decentralisatie, regio's nu zelf de mogelijkheid krijgen zich te ontwikkelen. Veel grote steden hebben daar in tegenstelling tot veel kleine regio's al een ontwikkelingsplan voor gemaakt. Zo richt West Sumatra zich op de ontwikkeling van de energie

sector. Dit houdt verband met de kolen reserves en het voornemen daar een energie centrale met benodigde infrastructuur te bouwen. De BKPM voorziet in de toekomst meer spreiding van buitenlandse investeringen over het land. De verschillende gebieden zullen meer dan nu het geval is gaan concurreren met elkaar om buitenlandse investeerders. Nu is de concurrentie met Jakarta nog erg lastig voor omliggende gebieden vanwege de gebrekkige infrastructuur daar. De BKPM voorziet een eerst verschuiving van de textiel en schoenen industrie naar centraal Java vanwege het lagere minimumloon daar. Ook een ondernemer zit verschillende ontwikkelingskansen voor regio's buiten Jakarta. Het gaat hier dan om het verwerken van grondstoffen en half fabriekaten, zeker zware industrie zijn gebaad bij een locatie buiten Jakarta. De meubelindustrie in centraal Java wordt hier ook genoemd vanwege de grondstoffen daar.

Het is echter vaak nog onduidelijk wat er op lokaal en wat op nationaal niveau geregeld mag worden. Hier moet volgend de respondenten nog een balans in worden gevonden. Ondernemingen hebben dan ook behoefte aan duidelijke en transparante regelgeving waardoor het helder moet worden wat de verschillende overheden mogen regelen en op welke manier dit gebeurt. Zo is momenteel niet altijd duidelijk op welk overheidsniveau bepaalde licenties of belasting incentives mogen worden uitgegeven. Hierdoor is het voor buitenlandse ondernemingen moeilijk om op basis hiervan keuzes te maken. Mogelijk ontstaat er in de toekomst wel een verschil tussen regio's waardoor het in bepaalde regio's eenvoudiger kan worden om zaken te regelen. Het duurt volgens een ondernemer nog wel een tijd voordat het ambtenarenapparaat overal is geïnstalleerd en werkt. Dan is het echter wel overal mogelijk om vergunningen te krijgen. De BKPM geeft ook aan dat beleid en regelgeving voor buitenlandse investeringen nog niet regionaal worden uitgevoerd. Momenteel worden er nog pilots uitgevoerd om te bepalen op welke wijze de decentralisatie het best kan worden ingevoerd. De BKPM verleent momenteel ondersteuning aan de verschillende districten bij het opzetten van lokale BKPM kantoren.

De professoren van de UGM verwachten dat er kleine verschillen ontstaan tussen districten op het gebied van milieuwetgeving en arbeidsbescherming. Uit een onderzoek in zes districten bleek dat er maar kleine verschillen zijn op het gebied van het verkrijgen van vergunningen, service verlening en aantrekkingsvermogen op ondernemingen. Districten gaan nu ze daar de mogelijkheid voor hebben gekregen zelf opzoek naar buitenlandse investeerders die passen bij de regio. De keuzes die districten daarbij maken zijn echter niet altijd duurzaam en gericht op economische ontwikkeling in de toekomst. Zo laten sommige districten al hun bomen kappen om zo snel geld te verdienen op de korte termijn. Ook is het voor districten belangrijk om zelf belasting incentives te mogen uitgeven. Op deze manier zijn zij instaat productie ondernemingen aan te trekken. Toch zal voor veel ondernemingen het incentives beleid niet van doorslaggevend belang zijn. Zo geven de Professoren van de UGM aan dat investeerders in grondstoffen eerst kijken naar mogelijkheden om grondstoffen te delven en het verkrijgen van de vergunningen hiervoor en vervolgens pas naar belasting regelingen en arbeidswetgeving zullen kijken. Het verlenen van een goede service vanuit de overheid wordt over het algemeen belangrijker gevonden door ondernemingen dan het geven van allerlei incentives. Voor veel regio's zal echter gelden dat zij niet zelfstandig instaat zullen zijn een economische ontwikkeling opgang te helpen. Er zal in deze regio's eerst een goede infrastructuur aangelegd moeten worden voordat er buitenlandse investeerders er zich willen vestigen. Dit wordt gedeeld door enkele ondernemers die een ontwikkeling aangeven waarbij eerst infrastructuur moet worden aangelegd waarna er meer mensen komen en er meer huizen en winkels nodig zijn, daarna zullen er pas grote ondernemingen gaan vestigen.

Tijdens en na de Aziatische financiële crisis in 1997 zijn bepaalde economische activiteiten afgenomen en hebben veel ondernemingen zich verplaatst. Het is volgens de Professoren van de UGM lastig om aan te geven welke veranderingen toe te schrijven zijn aan deze crisis en welke aan de decentralisatie. Wel lijkt het er op dat de crisis verergerd is door de decentralisatie. De reden hiervoor zou zijn dat lokale overheden minder goed instaat zijn dan de centrale overheid om met financiële middelen de crisis (gedeeltelijk) op de te vangen. Tijdens en na de crisis is Indonesië minder competitief geworden ten opzichte van andere Aziatische landen. Dit kwam door veranderingen in de arbeidswetgeving waarin hogere lonen en betere arbeidsvoorwaarden zijn opgenomen. Ook de

politieke conflicten in Jakarta en de stijgende energiekosten en werkloosheid hebben hun invloed gehad op het aantrekken en vast houden van buitenlandse investeerders. De invloed van deze veranderingen heeft verschillend gewerkt op ondernemingen. Zo zijn exporterende ondernemingen in de textielindustrie uit Indonesië vertrokken en ondernemingen die voornamelijk Indonesië als afzetmarkt zien gebleven. Kleine lokale ondernemingen blijven doorgaans op dezelfde plaats gevestigd. Dit komt door de lange historische band met de omgeving en de familie banden die daar erg belangrijk bij zijn. Ook het gebrek aan kennis en middelen zorgen er voor dat deze kleine ondernemingen niet de mogelijkheid hebben om te vertrekken. Naar mate de ervaring, kennis en middelen van ondernemingen toeneemt zie je dat deze ondernemingen sneller geneigd zijn te vertrekken indien daar de omstandigheden aanleiding voor geven.

Effecten op de locatiekeuze

Er is geen onderneming die aangeeft dat de decentralisatie invloed heeft gehad of dit in de komende jaren zal hebben op de locatiekeuze. Volgens de ondernemingen zijn andere factoren belangrijker om te blijven waar de onderneming zich nu bevindt. Wel zijn er enkele ondernemingen die aangeven dat het mogelijk voor andere ondernemingen een rol kan spelen bij de locatiekeuze en overweging zich elders te vestigen. De landbouwsector wordt genoemd waarvoor dit het meest van belang zou zijn. Een vestigingslocatie in de landbouwgebieden wordt voor ondernemingen in deze sector belangrijker. Voor consultancy ondernemingen heeft de decentralisatie geen of weinig invloed op de locatiekeuze. Het belang om in Jakarta gevestigd te zijn voor het verkrijgen van vergunningen neemt hiermee misschien wel af. Maar voorlopig zien ondernemingen Jakarta nog als belangrijkste centrum voor zakelijke contacten. Jakarta heeft een sterke historie op het gebied van macht en bedrijfsvestiging, hier komt niet zomaar verandering in.

Eén onderneming geeft aan dat een economische spreiding ten gevolge van de decentralisatie weinig effect zal hebben op de bedrijfsactiviteiten en vestigingslocatie van de onderneming. Deze onderneming geeft aan dat klanten van buiten Jakarta toch altijd naar Jakarta zullen komen voor een aannemer. De onderneming zal gevestigd blijven in Jakarta en projecten blijven uitvoeren over heel Indonesië. Ook een andere onderneming geeft aan projecten over heel Indonesië te blijven volgen, maar de vestigingslocatie in Jakarta te laten. Wel ziet deze onderneming veranderingen in projecten ontstaan. Projecten worden nu overgedragen aan provincies waardoor projecten kleiner en het vinden van financiering voor deze projecten lastiger wordt. De markt zakt hierdoor in. De centrale overheid probeert hierin te ondersteunen door lokale overheden te begeleiden in het opstellen van een strategie en investeringsplan. Hierdoor ziet deze onderneming een grotere spreiding van projecten en mogelijkheden bij het begeleiden van provinciale of lokale projecten. De Professoren van de UGM geven aan dat het vertrekken van hoofdkantoren uit Jakarta maar zeer langzaam op gang zal komen. In andere steden is niet de gewenste infrastructuur en voorzieningen aanwezig die noodzakelijk is voor hoofdkantoren van internationale ondernemingen. De eerste correctie zal waarschijnlijk plaatsvinden tussen Jakarta en Soerabaja, waar waarschijnlijk meer ondernemingen in de agrarische sector naar toe zullen gaan. Ook steden als Medan, Makassar en Semarang zullen zich hierdoor verder gaan ontwikkelen. Op Batam wordt getracht door middel van incentives, ondernemingen gericht op productie en export aan te trekken. Jakarta verliest overigens wel de concurrentieslag om internationale ondernemingen met Singapore en Maleisië, wat komt door de gebrekkige infrastructuur, slechte service en veiligheidssysteem.

In tabel 7.2 zijn de gevolgen van de decentralisatie in Indonesië weergegeven. Deze gevolgen zijn bepalend voor het Indonesische investeringsklimaat. Deze gevolgen zijn niet of maar in beperkte mate bepalend voor de locatiekeuze van ondernemingen.

Tabel 7.2 Gevolgen van de decentralisatie

Voordelen
<ul style="list-style-type: none">• Verbetering in de achterstallige ontwikkeling.<ul style="list-style-type: none">○ Meer financiële middelen voor ontwikkeling.○ Meer zeggenschap over ontwikkeling .• Districten en steden kunnen buitenlandse investeerders aantrekken.<ul style="list-style-type: none">○ Concurreren op goede service en gemak van zaken doen voor ondernemer.• Wetgeving aanpassen aan lokale behoeften en omstandigheden.• Zaken zijn eenvoudiger te regelen voor ondernemingen.• Lokale ambtenaren zijn makkelijker benaderbaar.
Nadelen
<ul style="list-style-type: none">• Decentralisatie is misleidend, belangrijkste zeggenschap blijft in Jakarta.• Huidige omstandigheden bieden slechte basis voor invoering decentralisatie.<ul style="list-style-type: none">○ Huidige wijze van organisatie vanuit Jakarta.○ Gebrekkige infrastructuur in buiten gebieden.○ Huidige slechte service.○ Slecht functionerend veiligheidssysteem.• Gebrek aan eenduidige en transparante regelgeving.<ul style="list-style-type: none">○ Niet duidelijk wat de verschillende overheden mogen regelen.○ Ondernemingen zijn niet instaat hier keuzes aan te verbinden .• Installatie ambtenarenapparaat duurt te lang.• Lokale keuzes zijn niet duurzaam of gericht op economische ontwikkeling.• Andere factoren dan waarop districten kunnen concurreren zijn doorslaggevend bij de locatiekeuze.<ul style="list-style-type: none">○ Grondstoffen zijn vaak aan één of enkele locaties gebonden.○ Incentives worden vaak niet belangrijk gevonden.• Door gebrek aan financiële middelen zijn lokale overheden minder goed in staat om een financiële crisis op te vangen.

7.4 Locatiekeuze van concurrenten

Aan de ondernemingen is gevraagd welke locatiekeuzes hun concurrentie maken en daarbij een onderscheid te maken tussen concurrenten op wereldschaal en lokale concurrenten.

Verschillende ondernemingen ervaren familieondernemingen of lokale ondernemingen als moeilijke concurrenten. Bij deze partijen is de winstgevendheid van de onderneming niet de grootste drijfveer, waardoor genoeg wordt genomen met lagere winstmarges. Hierdoor kunnen deze ondernemingen een lagere verkoopprijs hanteren. Concurren kan door efficiënter te werken of een kwalitatief beter product of dienst af te leveren.

Concurrentie op wereldschaal

Verschillende ondernemingen geven aan concurrenten te hebben die ook in andere landen gevestigd zijn. Een aantal ondernemingen ziet (vrijwel) alle concurrenten die op wereldschaal actief zijn ook in Indonesië gevestigd. Andere ondernemingen zien niet al hun internationale concurrenten terug in Indonesië. Twee ondernemingen geven hierbij aan voornamelijk ondernemingen uit Nederland hier te zien. Eén onderneming geeft hierbij aan dat er in Indonesië momenteel niet meer vergunningen worden afgegeven voor de bedrijfsactiviteiten die door deze onderneming worden uitgevoerd. Eén onderneming geeft aan net als zijn concurrenten om praktische redenen gevestigd te zijn in Jakarta. Er is echter één concurrent in Singapore gevestigd die voor de veiling steeds naar Jakarta vliegt. Het aantal concurrenten dat wordt genoemd door deze ondernemingen loopt uiteen van één a twee tot meer dan honderd. Er zijn ondernemingen die al langer dan de concurrentie gevestigd is in Indonesië maar er zijn ook ondernemingen die hier korter gevestigd zijn. Op dit ruimtelijke schaalniveau zijn de locatiekeuzes van concurrenten dus heel uit een lopend en niet altijd hetzelfde als bij de onderzochte Nederlandse ondernemingen. Een aantal ondernemingen heeft geen of nauwelijks concurrenten die op wereldschaal actief zijn en geeft aan alleen Indonesische concurrenten te hebben. Deze ondernemingen

hebben veelal wel een vermoeden waarom internationale ondernemingen niet actief zijn in Indonesië. De reden hiervan is een te kleine markt en het te verkrijgen marktaandeel is te klein voor grote ondernemingen. Concurrenten hebben onvoldoende zicht op marktkansen en de grondstofprijs wordt in een ander land door de overheid laag gehouden.

Regionale concurrentie

Verschillende ondernemingen geven aan dat diverse concurrenten voor dezelfde regio hebben gekozen. Het gaat hier dan om zowel lokale Indonesische als buitenlandse ondernemingen. Deze ondernemingen zijn alle actief in markten waar veel ondernemingen actief in zijn. Eén ondernemer die actief is in een markt met weinig concurrenten geeft aan dat deze concurrenten in verschillende grote steden verspreid over Indonesië gevestigd zijn. Het duidelijkste verschil in locatiekeuze tussen de onderzochte ondernemingen en die van de concurrentie is die bij ondernemingen met een productielocatie in Soerabaja. Enkele Nederlandse ondernemingen die al zeer lange tijd gevestigd zijn in Indonesië hebben onder meer een productielocatie in Soerabaja. De concurrenten die veelal minder lang in Indonesië zijn gevestigd hebben geen productielocatie in Soerabaja, deze ondernemingen produceren in de omgeving van Jakarta. Een onderneming die verschillende specerijen exporteert geeft aan in een andere regio gevestigd te zijn dan de andere spelers op de markt. Veel specerijen zijn een lokaal product en komen verspreid over Indonesië voor. Exporteurs van één specerij vestigen zich dan bij de bron. Deze onderneming mengt en verwerkt verschillende specerijen voordat deze geëxporteerd worden. Hierdoor is gekozen voor een regio die goed bereikbaar is vanuit de verschillende gebieden in Indonesië.

Lokale concurrenten

Hoewel verschillende ondernemingen aangeven in dezelfde regio gevestigd te zijn als haar concurrenten, zijn er maar een paar ondernemingen die aangeven lokaal dicht bij elkaar gevestigd te zijn. Het gaat hier om één onderneming die in het zakencentrum gevestigd is. Voor deze onderneming en voor haar concurrenten is het zeer belangrijk dicht bij klanten gevestigd te zijn. Ook rond een toeristisch gebied clusteren gelijksoortige ondernemingen die op een zelfde markt zijn gericht. Een onderneming met een productielocatie aan de rand van Jakarta ziet veel gelijksoortige ondernemingen in hetzelfde gebied gevestigd. Deze ondernemingen kiezen vanuit logistieke overwegingen dezelfde locatie, de aanvoer van grondstoffen is erg belangrijk. Deze ondernemingen zijn op deze locatie in dezelfde periode gevestigd waardoor keuzes in dezelfde omstandigheid zijn gemaakt. Dit geeft ook een onderneming aan die veel concurrenten gevestigd ziet in woonhuizen in het centrum van Jakarta. Deze concurrenten zijn zich daar in het verleden gaan vestigen, tegenwoordig zijn daar minder mogelijkheden voor en vestigen concurrenten zich buiten dit centrum. Er is één ondernemer die aangeeft dat zijn concurrenten dicht bij het zakencentrum gevestigd zijn dan zijn onderneming. Het is voor deze onderneming belangrijk dichtbij klanten gevestigd te zijn. Dichtbij klanten betekent volgens deze ondernemer niet meer klanten, maar wel hogere kosten. Ook kiezen ondernemingen verschillende productielocaties op bedrijfsterrein in de omgeving van Jakarta.

7.5 Alternatieve vestigingsplaats

Aan de ondernemingen is gevraagd welke andere mogelijkheden er zijn voor de vestigingsplaats van de onderneming. Het gaat hier om zowel de keuze voor een ander land als regio en vestigingslocatie. De meeste ondernemingen geven antwoord op deze vraag op het regionaal niveau. Deze ondernemingen gaan er vanuit in de toekomst gevestigd te blijven in Indonesië en bekijken dit ruimtelijk vraagstuk veelal vanuit de huidige omstandigheden. Als er dan gevraagd wordt naar een ander alternatief voor de vestigingsplaats wordt er in eerste instantie gedacht aan alternatieven binnen de regio of naar een dichtbij gelegen andere regio. Ook geven verschillende ondernemingen aan dat er geen alternatieven zijn voor de vestigingsplaats. Hierbij geeft een onderneming aan dat er veel investeringskosten zijn gemaakt en een verplaatsing gepaard gaat met zeer hoge verhuiskosten. Het betreft hier een productielocatie die in de buurt van de te verwerken grondstoffen is gevestigd en waardoor geen alternatief wordt gezien. Andere redenen die hier worden genoemd zijn, er zijn niet voldoende klanten in andere regio's of verhuizen is geen optie vanwege familie omstandigheden.

Locatiekeuze voor een ander land

De ondernemingen die bij deze vraag een alternatief land als antwoord noemen, doen dit veelal vanuit de oorspronkelijke situatie toen de keuze voor Indonesië is gemaakt. De landen die hier worden genoemd zijn de landen waartussen de onderneming toen een keuze heeft gemaakt of zou hebben gemaakt. Voor een aantal ondernemingen is er namelijk nooit een (serieuze) afweging tussen landen geweest. De landen die hier genoemd worden, zijn eigenlijk geen echt alternatief omdat de onderneming daar om bepaalde redenen niet gevestigd wil zijn. Eén ondernemer noemt de landen Maleisië, Singapore, Filippijnen en Thailand als mogelijk ‘alternatief’ omdat het daar eenvoudiger is om goed sprekend Engelstalige werknemers te vinden. De arbeiders zijn daar beter opgeleid en een onderneming is daar eenvoudiger op te zetten. Hoewel dit niet het geval is in Indonesië en het door corruptie lastig zaken doen is, ziet deze onderneming de genoemde landen niet echt als alternatief. De markt in deze landen is namelijk te klein voor deze onderneming en in Indonesië wordt deze markt wel gevonden. Het gaat om winstgevendheid en het zien van economische kansen, dit geeft ook een andere onderneming aan die China noemt als mogelijke optie. Deze keuze had dan in het verleden gemaakt moeten zijn en dan vanuit een persoonlijke ambitie moeten voortkomen. Verder wordt Vietnam ook nog genoemd als mogelijke andere locatie voor de vestiging.

Mogelijke andere regio's

Verschillende ondernemingen noemen vestigingsplaatsfactoren die van belang zijn bij een eventuele keuze zich elders te vestigen maar noemen daar geen specifieke locaties bij. De factoren die hier genoemd worden zijn snelle bereikbaarheid, goede infrastructuur, aanwezigheid benodigde arbeidsmarkt, nabijheid van zeehaven. Voor één ondernemer speelt het ook mee of een stad nog licenties uit kan/ mag geven voor de activiteiten waarin deze onderneming actief is. De ondernemingen die in Indonesië zijn gevestigd vanwege de afzetmarkt kijken vooral naar nieuwe afzetgebieden. De ondernemingen die in Indonesië zijn gevestigd vanwege lokale grondstoffen zien niet veel alternatieve regio's voor de vestigingsplaats. Grote steden zoals Semarang, Medan, Soerabaja en Makassar worden genoemd als mogelijk alternatief. Deze steden hebben veel gebouwen, inwoners en vanuit de historie een haven. De economische ontwikkeling van deze steden loopt achter op die van Jakarta vanwege de centralisatie. Maar als hier verandering in komt en er meer gebouwd gaat worden kan daar mogelijk een tweede locatie worden geopend. Bandung wordt genoemd vanwege de lage huur prijzen en veel leegstand van kantoorlocaties. Het is de dichtstbijzijnde grote stad vanuit Jakarta. Een andere ondernemer heeft midden Java gezien als geschikte locatie maar tijdens het keuzemoment was dit gedeelte minder ontwikkeld en was er geen haven. Bali wordt genoemd als mogelijke tweede vestigingslocatie indien de verkopen daar stijgen. Mocht dat het geval zijn dan, wordt daar zelfs door één onderneming een productielocatie overwogen. De ondernemingen die niet of nauwelijks afhankelijk zijn van productie en vaak alleen een kantoorlocatie nodig hebben zijn veel eerder geneigd meerdere vestigingslocaties te openen. Indien die voldoende werk en klanten in een regio zien, overwegen deze ondernemingen daar een vestiging. Anderzijds vertrekken zij ook snel als de hoeveelheid werk achterwegen blijft. Ook de leeftijd van de ondernemer speelt bij enkele ondernemingen mee bij de keuze of de onderneming zich nog uitbreid naar andere gebieden.

Lokale alternatieven

Enkele ondernemingen geven binnen de regio duidelijk aan waar de onderneming zich in de toekomst zou willen vestigen. Hierbij wordt de ringweg in Jakarta verschillende keren genoemd. Een locatie aan de ringweg biedt ondernemers een betere bereikbaarheid vanuit de haven dan een locatie in de binnenstad. Verhuizingen binnen een regio naar een andere vestigingslocatie hebben veelal te maken met veranderingen in de ruimte behoefte van ondernemingen. Meestal gaat het om een gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden op de huidige vestigingslocatie. Er zijn ook ondernemingen die dan kiezen voor een grotere kantooruimte binnen hetzelfde kantoorgebouw.

7.6 Redenen voor andere vestigingsplaats

Aan de ondernemingen is gevraagd om welke reden de onderneming zou kiezen voor een andere vestigingsplaats. Veelal worden hier redenen genoemd die te maken hebben met veranderingen in de omgeving van de ondernemer. Alleen de reden ‘groei van de afzetmarkten in andere regio's’ is een verandering van buiten de ondernemingsomgeving. Het betreft dus veelal een verandering in de

huidige situatie binnen de omgeving van de onderneming die negatief wordt bevonden. Het doet de onderneming overwegen om zich elders te vestigen of in ieder geval de omgeving te verlaten. De omgeving van de onderneming wordt ook hier weer vanuit de drie verschillende ruimtelijke schaalniveaus bekeken.

Redenen om Indonesië te verlaten

De ondernemingen die omstandigheden noemen waaronder Indonesië verlaten zou worden, geven allemaal aan dat er momenteel geen redenen zijn om dit daadwerkelijk te doen. De redenen die genoemd worden hebben veelal te maken met corruptie en politieke, sociale en economische omstandigheden. Eén onderneming geeft aan Indonesië te verlaten wanneer de corruptie een bepaald limiet zou bereiken waardoor het voor buitenlandse ondernemingen onmogelijk wordt om hier zaken te blijven doen. De onderneming die sociale onrust als reden voor vertrek noemt, verwacht niet dat Indonesië snel die kant uit zal gaan. Deze onderneming beschrijft de sociale omstandigheden in Indonesië als een tolerant land met enkele extremisten. Deze kleine groep is niet bepalend voor wat er in het land gebeurt. Deze ondernemer geeft aan dat na de komst van Soeharto mensen meer vrijheid kregen. En geeft aan dat mensen in een dergelijke situatie gaan proberen wat de mogelijkheden zijn. Nu is het weer een stuk rustiger in Indonesië. Een andere onderneming die ook de politieke en sociale onrust noemt, geeft aan niet snel te vertrekken uit Indonesië zelfs niet wanneer multinationals dit zouden doen. De reden hiervoor is dat het niet snel slecht kan gaan in Indonesië omdat het één van de rijkste landen in de wereld is gezien de vele grondstoffen. Het rendement hiervan is gewoon erg laag vanwege een slecht management en trage veranderingen in Indonesië. Zelf de bureaucratie weerhoudt ondernemingen er niet van te investeren in Indonesië volgens deze ondernemer. Een andere onderneming geeft toenemende bureaucratie juist wel aan als reden te vertrekken uit Indonesië. Ook wordt door één onderneming een verandering in de aandelenverdeling voor buitenlandse ondernemingen genoemd als reden om te vertrekken. Wanneer deze verdeling van 100% naar 49% zou gaan, kan dat een reden voor vertrek zijn. Deze ondernemer noemt hierbij het gemak waarmee hier uit het niets regels worden veranderd, dit zit waarschijnlijk in de Indonesische cultuur.

Kiezen voor een andere regio

De ondernemingen geven diverse redenen aan waarom er voor een andere regio gekozen zou worden. Enkele ondernemingen zijn ervan overtuigd niet te vertrekken uit de huidige regio of dit in ieder geval de komende tien jaar niet te verwachten. Mocht het zwaarte punt van de economie zich in Indonesië verplaatsen, kan dit een overweging zijn het kantoor in Jakarta te verkleinen en zich ook elders te vestigen. Een andere onderneming is er van overtuigd dat het zwaartepunt in Jakarta zal blijven. Deze ondernemer geeft aan dat grote beslissingen vanuit Jakarta gemaakt blijven worden omdat zich hier een conglomeratie van belangrijke families bevindt. Deze families blijven zich in de toekomst in Jakarta vestigen en hebben geen problemen met de verkeersdrukte omdat ze zich onder politie escorte laten begeleiden door de stad. Ook geeft een onderneming aan dat het spreiden van activiteiten over het land risico's met zich meebrengt. Het is voor een onderneming met beperkte middelen erg belangrijk om zich te concentreren op een markt die continuïteit van werk biedt. Risico's worden op deze manier verkleind en spreiding is hierdoor niet mogelijk. Een onderneming geeft aan dat het voor export gerelateerde ondernemingen steeds moeilijker wordt om zich in de omgeving van Jakarta te vestigen. Er doen zich steeds meer problemen voor met de infrastructuur, transport, energie en de bereikbaarheid van de haven vanaf de industriegebieden. Wanneer de frustraties omtrent het file probleem te hoog oplopen kan dit een reden voor vertrek betekenen. Mocht de kwaliteit van de werkomgeving en voornamelijk de luchtkwaliteit in Jakarta verslechteren waardoor werknemers gezondheidsproblemen krijgen kan dit ook een reden zijn te kiezen voor een andere regio. Een andere reden die genoemd wordt, is een verandering van lokale regels of een andere manier van de interpretatie van deze regels.

Een andere vestigingslocatie

Een aantal ondernemingen geeft aan de huidige vestigingslocatie niet snel te verlaten. Dit komt doordat deze ondernemingen op dit moment een goed distributie netwerk rond de huidige vestigingslocatie hebben. Eén ondernemer geeft aan dat door het goede distributie netwerk en de grote marges producten over grote afstanden verscheept kunnen worden waardoor een locatie dicht bij

uiteindelijke afnemers niet noodzakelijk is. Ondernemingen die wel redenen voor vertrek aangeven, noemen een te grote kantoorlocatie of een te hoge huur prijs. Hoewel volgens één ondernemer de hoogte van de huurprijs in vergelijking met andere kosten maar een klein percentage van de totale kosten is. Hierdoor is een verhuizing vanwege een stijgende huurprijs niet snel te verwachten. Ook wordt het laten plaatsvinden van productie in Indonesië of het uitbreiden hiervan genoemd als reden te kiezen voor een andere of nieuwe vestigingslocatie. Bij de keuze voor een nieuwe vestigingslocatie spelen ook veranderingen van de infrastructuur een belangrijke rol. Eén ondernemer heeft in het verleden te maken gehad met een kleine groep, die lokaal sociale onrust veroorzaakten. Dit zal echter niet snel leiden tot een overweging zich elders te vestigen omdat deze onderneming grote investeringen in de huidige locatie heeft gedaan. Bijna alle ondernemingen geven aan ooit verhuisd te zijn in Indonesië. Dit gebeurde op verschillende momenten en om verschillende redenen. Eén ondernemer gaf aan zijn onderneming gestart te zijn vanuit een hotelkamer. Dit doen volgens deze ondernemer veel MKB ondernemingen in de opstart fase in Indonesië. Ondernemingen die zijn ontstaan uit een overname of joint venture met een reeds gevestigde onderneming in Indonesië vestigen zich vaak bij deze partij. In een later stadium verhuizen deze ondernemingen om elders gezamenlijk een nieuwe vestigingslocatie te betrekken of scheiden zich bij uiteenlopende vestigingscriteria. De reden voor verhuizingen van kantoorlocaties hebben veelal te maken met een gebrek of overschot aan ruimte, veranderende huurprijzen, (verkleinen) van de afstand tot de klanten en het scheiden of combineren van functies zoals kantoor, opslag en productie. Verhuizingen vinden veelal plaats binnen dezelfde regio, soms binnen hetzelfde kantoorgebouw. De bedrijvigheid in Jakarta breidt zich naar buiten uit, veel ondernemingen verhuizen vanuit de binnenstad naar de ringweg in het zuiden of naar industrieterreinen buiten de stad.

In tabel 7.3 zijn de motieven van ondernemingen om te verhuizen of te blijven weergegeven. In de kolom van de verhuismotieven is aangegeven of de ondernemer het land verlaat, kiest voor een andere regio binnen het land of kiest voor een andere vestigingslocatie binnen de regio. Het gaat hier zowel om in zijn geheel vertrekkende ondernemingen als ondernemingen die elders een nevenvestiging opzetten. De motieven die zijn genoemd door de ondernemingen om te blijven hebben betrekking op meerdere ruimtelijke schaalniveaus.

Tabel 7.3 Motieven om te verhuizen of te blijven.

Verhuizen		
Het land verlaten	Andere regio	Andere vestigingslocatie
<ul style="list-style-type: none"> • Te hoog corruptie niveau • Politieke of sociale onrust • Verslechtering economische omstandigheden • Elders gunstiger arbeidsmarkt • Toenemende bureaucratie • Verslechtering Joint Venture vereisten (100% naar 49%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Elders lagere huurprijzen • Nieuwe afzetmarkten, uitbreiding van verkooplocaties • Frustraties m.b.t. files • Verslechtering lokale regels of interpretatie daarvan • Slechte luchtkwaliteit geven gezondheidsproblemen • Elders betere bereikbaarheid • Uitputting van grondstoffen 	<ul style="list-style-type: none"> • Elders is een betere bereikbaarheid • Verandering van de infrastructuur: wegennet, energie en water voorziening • Veranderende ruimte behoefte • Verhoging van de huurprijzen • Opstarten van productie • Fusie/ overname/ afsplitsing
Blijven		
<ul style="list-style-type: none"> • Hoge investeringsbedragen • Hoge verhuiskosten • Geen alternatieven aanwezig, i.v.m. benodigde grondstoffen • Behouden van werknemers • Familie omstandigheden • Niet voldoende klanten in andere landen en regio's • Leeftijd van de ondernemer • Voordelen uit het distributie netwerk in de huidige omgeving - Uitbreiding van vestigingslocaties verhoogt het bedrijfsrisico, dit wordt geprobeerd te vermijden 		

Hoofdstuk 8. Conclusies

8.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de conclusie van het onderzoek. Deze is gebaseerd op de verkregen resultaten in dit onderzoek. Deze zijn gekoppeld aan de in dit rapport beschreven locatietheorieën en achtergrondinformatie over Indonesië. De locatietheorieën en achtergrondinformatie geven inzicht in de wijze waarop het locatiekeuzeproces van Nederlandse ondernemingen in Indonesië eruit kan zien. In de conclusie hieronder is beschreven op welke punten er overeenkomsten en verschillen zijn met de onderzoeksresultaten.

Door het kwalitatieve karakter van dit onderzoek is het aantal respondenten in tegenstelling tot kwantitatief onderzoek beperkt. De ondernemingen waar de respondenten werkzaam zijn, verschillen tevens van elkaar op onder andere de volgende punten: de sector, omvang en historie in Indonesië. Een locatiekeuze kan hierdoor specifiek geldend zijn voor één onderneming. De conclusie van dit onderzoek heeft dan ook in eerste instantie betrekking op de Nederlandse ondernemingen die participeren in dit onderzoek. Echter zijn er ook veel overeenkomsten in de locatiekeuzes van ondernemingen ongeacht de sector, omvang of historie van de onderneming. Hierdoor heeft de conclusie ook geldigheid voor andere Nederlandse ondernemingen die in dezelfde sectoren als de participerende ondernemingen actief zijn. Door het kwalitatieve karakter van dit onderzoek kan een dieper inzicht in de betekenis van de onderzoeksresultaten verkregen worden. Dit heeft echter wel geleid tot een omvangrijke beschrijving van de onderzoeksresultaten.

De conclusie is opgebouwd aan de hand van de onderzoeksvragen van dit onderzoek. Dit resulteert uiteindelijk in de beantwoording van de centrale onderzoeksvraag.

8.2 Vestigingsplaatsfactoren voor Indonesië

Een vestigingsplaatsfactor dient ruimtelijk te discrimineren indien deze van doorslaggevend belang kan zijn voor de locatiekeuze. De doorslaggevende factoren nemen dus op verschillende locaties een andere waarden aan. Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat de factoren aanwezigheid van afzetmarkt en grondstoffen vaak doorslaggevend zijn bij de locatiekeuze op het landelijke schaalniveau. Hierbij geldt dat deze factoren als gunstig worden bevonden indien er voldoende winstgevendheid, toekomst potentieel en marktaandeel behaald kan worden. De winstmarges moeten hoog genoeg zijn om de ongunstige vestigingsplaatsfactoren in Indonesië te kunnen compenseren. Een onderneming moet vaak extra kosten maken om de ongunstige vestigingsplaatsfactoren te compenseren. Deze kosten zijn slecht in te schatten. Een hoge winstmarge moet deze extra inspanningen en risico's compenseren. Voor enkele kleine ondernemingen is het ook van belang op welke manier er zaken worden gedaan in een land en spelen privé redenen mee in de locatiekeuze. Het behalen van kostenvoordelen, wat als reden wordt genoemd in de productlevenscyclus benadering van Vernon, wordt door de respondenten in dit onderzoek niet genoemd bij de keuze voor Indonesië. Andere vestigingsplaatsfactoren die in het theoretisch kader zijn genoemd zoals: het arbeidsklimaat en factoren uit de institutionele omgeving worden niet als doorslaggevende factoren gezien. Deze factoren worden wel belangrijk gevonden maar zijn niet direct van essentieel belang bij de locatiekeuze. Deze factoren mogen tot een bepaald niveau zelfs ongunstig zijn. Waar dit precies van afhangt en hoe dit door ondernemingen uit verschillende sectoren wordt beoordeeld, is echter niet onderzocht. De ongunstige factoren die genoemd worden bepalen wel het investeringsklimaat van Indonesië. Deze factoren kunnen bepalend zijn voor ondernemingen die zich niet hebben gevestigd in Indonesië. Deze ondernemingen zijn echter niet onderzocht binnen dit onderzoek. Het betreft de ongunstige factoren op het gebied van regelgeving, bureaucratie, corruptie en een gebrekkige infrastructuur. Wanneer factoren ontbreken zoals bijvoorbeeld een kwalitatieve arbeidsmarkt, zal een onderneming proberen deze te creëren. Dit kan worden gedaan door werknemers uit andere landen of regio's aan te trekken.

8.3 Vestigingsplaatsfactoren voor de regio

Hierboven is reeds aangegeven dat veel buitenlandse investeerders kiezen voor de regio DKI Jakarta. Deze regio voldoet het beste aan de eisen die door Nederlandse ondernemingen worden gesteld aan de vestigingsplaatsfactoren voor de regionale omgeving. Binnen Indonesië zijn er geen andere regio's die voldoen aan de eisen die hier worden gesteld. Jakarta voldoet vaak niet volledig aan deze eisen maar door gebrek aan andere geschikte locaties wordt deze regio toch gekozen. De vestigingsplaatsfactoren waar het hier om gaat zijn de aanwezigheid van de markt, infrastructuur en leefomgeving. Voor ondernemingen die kiezen voor Indonesië vanwege de afzetmarkt wordt de keuze voor de regio voornamelijk bepaald door nabijheid en hoeveelheid van grote (potentiële) klanten. Ook de kwaliteit en kwantiteit van de infrastructuur en verbindingen met andere regio's en landen zijn erg belangrijk. De infrastructuur wordt beoordeeld door de aanwezige infrastructuur in relatie te zien tot andere regio's. Voor ondernemingen die voor Indonesië kiezen vanwege de aanwezigheid van grondstoffen is deze factor bepalend voor de keuze van de regio. Met de aanwezigheid van grondstoffen wordt zowel de bron als de verkooplocatie van grondstoffen bedoeld. De factor leefomgeving wordt niet door alle ondernemingen genoemd als doorslaggevende vestigingsplaatsfactor op het regionale niveau. Het lijkt erop dat naarmate de locatie van een onderneming van minder belang is voor het kunnen uitvoeren van de bedrijfsactiviteiten het belang van een fijne leefomgeving toeneemt bij de locatiekeuze. Dit lijkt zich eerder voor te doen bij kleine ondernemingen waar de ondernemer ook de investeerder is. Hier spelen privé redenen naast zakelijke en kosten overwegingen een rol bij de locatiekeuze. Factoren die hier meespelen zijn: de aanwezigheid van familie, het klimaat en het voorzieningenaanbod in de regio.

De wet op de regionale autonomie moet er voor zorgen dat er meer concurrentie tussen districten ontstaat. De gevolgen hiervan worden beperkt of zelf negatief bevonden. Eerst zal in deze regio's de infrastructuur verbeterd moeten worden en zal er een afzetmarkt moeten ontstaan voordat ondernemingen gaan overwegen zich hier te vestigen. Het Zuidelijke deel van Bali richt zich voornamelijk op de toeristische sector. In dit gebied zijn afzetmarkt en infrastructuur zoals een luchthaven en wegennet aanwezig. Buitenlandse ondernemingen vestigen zich om deze redenen hier en andere ondernemingen zien hier mogelijkheden voor de toekomst.

8.4 Vestigingsplaatsfactoren voor de vestigingslocatie

Op het ruimtelijk schaalniveau van de vestigingslocatie wordt vaker een keuze gemaakt tussen twee of meerdere geschikt bevonden locaties dan op het schaalniveau van land en regio. Indien meerdere locaties voldoen aan de essentiële vestigingsplaatsfactoren dan wordt er een afweging gemaakt tussen factoren die geen prioriteit hebben. Het aanbod op het moment van de locatiekeuze is dus mede bepalend voor de uiteindelijke keuze.

Bij de locatiekeuze voor de vestigingslocatie is het van belang of deze functioneel of essentieel is voor het functioneren van de onderneming. De aard van de werkzaamheden die uitgevoerd worden op een vestigingslocatie bepalen mede hoe essentieel een locatie is voor het functioneren van de onderneming. Een onderneming die delfstoffen uit de grond haalt, is zeer gebonden aan een locatie waar deze delfstoffen aanwezig zijn. Voor een onderneming die zijn klanten bedient via het internet, is een goede internetverbinding essentieel maar een vestigingslocatie slechts functioneel. De locatiekeuze voor de vestigingslocatie wordt dan van ondergeschikt belang gevonden ten opzichte van andere factoren en keuzes voor een effectieve bedrijfsvoering. De keuze voor een land of regio zijn dan essentiëler voor het functioneren van de onderneming dan de keuze voor de vestigingslocatie. Voor een onderneming met hoge investeringskosten die een locatiekeuze voor een termijn van tientallen jaren maakt, is de locatiekeuze van groot belang voor het functioneren van de onderneming in de toekomst.

De vestigingsplaatsfactoren die in dit onderzoek naar voren komen op het schaalniveau van de vestigingslocatie komen voor een groot deel overeen met de factoren uit andere locatieonderzoeken. De vestigingslocatie van de onderneming moet goed bereikbaar zijn. Ten opzichte waarvan, verschilt tussen ondernemingen. Dit kan zijn ten opzichte van leveranciers, klanten, partners, andere vestigingslocaties en regio's, havens en de woonlocatie van werknemers en de ondernemer. De nabijheid van klanten en verbindingswegen wordt daarom als essentieel bevonden. Ook de huurprijs

van de vestigingslocatie en de bereidheid deze te betalen zijn factoren die doorslaggevend zijn voor de locatiekeuze. Naarmate een onderneming over meer financiële middelen beschikt en deze op grond van zakelijke overwegingen wil besteden aan de huurprijs wordt er gekozen voor een vestigingslocatie met meer comfort, uitstraling of herkenbaarheid. Deze factoren zijn voornamelijk van belang voor het hoofdkantoor van de onderneming. Kwaliteit en gemak mogen immers geld kosten. Ook wanneer daar niet direct opbrengsten tegenover staan. Ook voorzieningen van het kantoorgebouw zoals parkeergelegenheid zijn belangrijk bij de keuze voor de locatie van het hoofdkantoor. Bij zowel de locatiekeuze van het hoofdkantoor als de productie en opslaglocatie is de grootte van het pand of kavel van belang. De mogelijkheid om uit te breiden op de locatie gaat een rol spelen indien er hogere investeringsbedragen gemaakt worden op de locatie. De aanwezigheid en het goed functioneren van infrastructuurle voorzieningen zoals: gas, water, elektriciteit en internetverbinding zijn belangrijke vestigingsplaatsfactoren bij de locatiekeuze van een productielocatie. Enkele bedrijventerreinen met een parkmanagement kunnen deze voorzieningen garanderen. Een productielocatie op een dergelijk terrein vergroot de zekerheid van eigendom en veiligheid van de onderneming. Een opvallende vestigingsplaatsfactor voor productielocaties die niet in andere onderzoeken naar voren komt is de afwezigheid van overstromingsgevaar. Deze factor speelt in Nederland geen rol bij de locatiekeuze omdat deze (momenteel) ruimtelijk niet discriminerend is. In bepaalde gebieden van Jakarta is deze factor dat wel vanwege de overstromingen die daar plaatsvinden.

Tussen de ondernemingen zijn verschillen zichtbaar in het combineren of scheiden van functies zoals: kantoor, opslag en productie. Er zijn ondernemingen die een vestigingslocatie kiezen waar functies gecombineerd kunnen worden. Wanneer één van de functies productie inhoudt dan wordt een zwaarder gewicht aan de vestigingsplaatsfactoren gehangen die voor de productie van belang zijn. Aan en afvoer van benodigde grondstoffen wordt dan belangrijker gevonden dan een representatieve kantoorlocatie in het zakencentrum wat overigens lastiger te bereiken is vanaf de zee- en luchthaven. Wanneer de functie van kantoor en opslag met elkaar gecombineerd worden, is het voor de vestigingslocatie van belang ten opzichte waarvan de opslaglocatie bereikbaar moet zijn. Dit kan zijn: de zeehaven, luchthaven of klanten in het zakencentrum. Het combineren van functies houdt verband met de toezicht en controle van ondernemers op de werkzaamheden van werknemers op de vestigingslocatie. De ondernemingen die functies van elkaar scheiden doen dit vanwege een betere bereikbaarheid van de vestigingslocaties. Het scheiden van functies en kiezen voor meerdere vestigingslocaties vergroot de bereikbaarheid van de afzonderlijke vestigingen. Een kantoorlocatie is bijvoorbeeld gebaat bij een goede bereikbaarheid naar klanten en werknemers en een productielocatie naar havens en andere regio's. Ook het niet kunnen uitbreiden op de huidige vestigingslocatie doet ondernemingen ertoe besluiten meerdere vestigingslocaties te openen.

8.5 Positie van de vestiging

De internationaliseringstheorieën van Vernon, Håkanson en Dicken beschrijven een proces waarbij een onderneming vanuit het thuisland een vestiging opent in een ander land. Veelal begint dit proces met export via handelsagenten waarna later onder licentie of door middel van eigen productielocaties de markt in het andere of thuisland wordt bediend. De verschillende vestigingen in de wereld vervullen binnen de gehele onderneming de functie van verkoop, productie of beide. En zijn op deze manier aan elkaar verbonden. De vestigingen van Nederlandse ondernemingen in Indonesië verschillen van elkaar in de positie die ze innemen ten opzichte van andere vestigingen in de wereld. Het komt ook voor dat een Nederlandse onderneming geen vestiging (meer) heeft in een ander land. Er is dan geen sprake van de positie die de vestiging binnen de onderneming inneemt t.o.v. vestigingen in andere landen.

Ondernemingen die hun producten verkopen op de Indonesische markt, maken zowel gebruik van import vanuit andere landen als van productie in Indonesië. De geïmporteerde producten en grondstoffen zijn niet altijd afkomstig van een vestiging van de eigen onderneming. Deze ondernemingen zijn dus niet afhankelijk van productie uit vestigingen van de eigen onderneming elders in de wereld. Dit verschilt dus met de internationaliseringsmodellen waar de ene vestiging produceert en een vestiging elders verkoopt. Een onderneming die de Indonesische markt bedient, kan dat ook doen door het leveren van diensten. Er is dan helemaal geen sprake van productie van

goederen in Indonesië of het thuisland. De relatie tussen de vestigingen in de wereld heeft dan betrekking op het uitwisselen van kennis tussen vestigingen. Deze kennisuitwisseling is tweezijdig, waarbij het thuisland veelal de technische kennis levert en de Indonesische vestiging marktinformatie. Ook kan de vestiging in Indonesië gebruikt worden voor de inkoop, verzending en eventueel eenvoudige verwerking van grondstoffen. De Indonesische markt wordt hier dan niet bediend. De verkoop kan dan plaatsvinden vanuit een andere vestiging elders in de wereld. Verzendingen van grondstoffen gaan zowel naar eigen vestigingen elders in de wereld als direct naar de klant. Een Nederlandse onderneming in Indonesië heeft dus niet altijd nevenvestigingen in een ander land. Het internationaliseringsproces van deze onderneming verschilt met het proces dat wordt beschreven in de theorieën van Vernon en Håkanson. In deze theorieën wordt verondersteld dat productie in een ander land in eerste instantie bedoeld is voor de lokale markt. In deze theorieën komt niet terug dat een vestiging in een ander land grondstoffen aanlevert voor een andere vestiging in de wereld zonder dat er sprake is (geweest) van productie of verkopen op de lokale markt door deze onderneming.

Nederlandse ondernemingen in Indonesië worden overigens niet altijd opgericht door een onderneming in Nederland die besluit te internationaliseren. Het kan ook gaan om een investering van een Nederlander die geen onderneming in Nederland heeft. Wanneer een vestiging geen of nauwelijks goederen en kennis uitwisselt met andere vestigingen in de wereld neemt deze een zelfstandige positie in binnen de onderneming. Dit ontstaat wanneer een vestiging zelf de beschikking heeft over goederen, kennis en klanten, daarvoor is de vestiging niet afhankelijk van andere vestigingen binnen de onderneming.

8.6 Verschillen tussen sectoren en ondernemingen

Uit het theoretisch kader blijkt dat een onderneming een eigen eisenpakket aan vestigingsplaatsfactoren heeft. Ondernemingen in een zelfde sector kunnen een vergelijkbaar eisenpakket hebben, maar dit kan ook verschillend zijn. Verschillen en overeenkomsten komen op alle drie de ruimtelijke schaalniveaus voor. Onderzoek naar de vestigingsplaatsfactoren van ondernemingen in Nederland laat deze verschillen en overeenkomsten van vier verschillende sectoren zien. Hieruit blijkt dat in de sectoren groothandel en transport meer waarde wordt gehecht aan de aanwezigheid van leveranciers en klanten, dan in de sectoren commerciële dienstverlening en industrie. Factoren in de institutionele omgeving worden belangrijker gevonden in de industriële sector, dan in de andere sectoren. De commerciële dienstverleners hechten meer waarde aan een representatieve omgeving dan ondernemingen in de andere sectoren. Hieronder zijn de overeenkomsten en verschillen van Nederlandse ondernemingen in Indonesië per ruimtelijk schaalniveau weergegeven.

Ondernemingen die actief zijn in de voedselverwerkende industrie hebben verschillende vestigingsplaatsfactoren die bepalend zijn geweest bij de keuze voor Indonesië. Voor grondstof exporterende ondernemingen in deze industrie is de aanwezigheid van grondstoffen doorslaggevend. Ondernemingen die de Indonesische markt bedienen doen dit vanwege marktfactoren. Wanneer marktfactoren doorslaggevend zijn voor de keuze van Indonesië zijn grondstof factoren minder van belang. Zeker wanneer er geen productie in Indonesië plaatsvindt. Grondstoffen in de vorm van elektriciteit, water en gas zijn wel vereist op het niveau van de vestigingslocatie. Voor grondstof exporterende ondernemingen is de afzetmarkt in Indonesië niet van belang bij de locatiekeuze. Hoewel het eisenpakket van vestigingsplaatsfactoren verschillend kan zijn, kan de locatiekeuze hetzelfde zijn. Er ontstaan verschillen in de locatiekeuze van ondernemingen wanneer de omgevingsfactoren veranderen. In het verleden gevestigde ondernemingen, hebben de mogelijkheid om onder gunstigere factoren actief te zijn in Indonesië. Het retroactief blijven van investeringsregels en een stop op uitgifte van vergunningen zijn hier voorbeelden van. De locatiekeuze van ondernemingen die de Indonesische markt bedient, is anders dan van exporterende ondernemingen in de textielindustrie. In tijden van de financiële crisis, decentralisatie, politieke conflicten, stijgende energiekosten en werkloosheid hebben ondernemingen in de textielindustrie Indonesië verlaten.

Ondernemingen in de commerciële dienstverlening die gevestigd zijn in Jakarta hechten belang aan een representatieve omgeving. Deze vestigingsplaatsfactor wordt voornamelijk belangrijk gevonden

op het regionale schaalniveau. Het imago dat een onderneming krijgt door zijn vestiging in Jakarta is daarbij het voornaamst. Het belang van een representatieve vestigingslocatie wordt minder naarmate factoren als kosten en bereikbaarheid belangrijker worden. Hier ontstaan verschillen in de locatiekeuze van ondernemingen in een zelfde sector, zelf met directe concurrenten met een vergelijkbare onderneming. Ondernemers beoordelen het belang van een representatieve omgeving voor de vestigingslocatie namelijk verschillend. Er wordt ook verschillend gedacht over het belang van de bereikbaarheid van de onderneming ten opzichte van: zakelijke dienstverleners, klanten, toeleveranciers en de woonlocatie van werknemers. Dit wordt zowel als doorslaggevende factor als bijkomend belang genoemd bij de keuze van de vestigingslocatie. Zo kan de nabijheid van klanten zowel regionaal als lokaal van betekenis zijn bij de locatiekeuze.

Verschillen in het eisenpakket van vestigingsplaatsfactoren voor de vestigingslocaties ontstaan wanneer de functie die wordt uitgevoerd op de locatie verschillend is. Dit geldt voor zowel de verschillen tussen sectoren als verschillen tussen ondernemingen binnen een sector. Wanneer een onderneming functies als productie, opslag en kantoor wil combineren, geeft dat een ander eisenpakket dan wanneer deze functies op verschillende vestigingslocaties worden uitgevoerd. Het is hier niet (alleen) de sector die bepalend is voor het eisenpakket, maar de functie die wordt uitgevoerd op de vestigingslocatie. Ondernemingen in de sector industrie en zakelijke dienstverlening hebben namelijk vergelijkbare vestigingsvoorwaarden voor de locatie van het hoofdkantoor.

8.7 Eerste vestigingslocatie, verhuizing en uitbreiding

Veranderingen in de in,- en externe omgeving van de onderneming kan een verandering teweeg brengen in de eisen die aan vestigingsplaatsfactoren worden gesteld. De locatiekeuze van een eerste vestigingslocatie verschilt hierdoor met de locatiekeuze bij een verhuizing of uitbreiding van de vestigingslocatie. Locatietheorieën gaan onder andere uit van veranderingen in de: omvang van de productie, de mate waarin een onderneming beschikt en gebruik maakt van informatie, de waarde die aan een factor wordt toegekend en strategische keuzes. Het gaat dus bij de keuzemomenten: eerste vestiging, verhuizing en uitbreiding niet alleen om verschillende vestigingsplaatsfactoren, maar ook om verschillen tussen de waarde die aan vestigingsplaatsfactoren wordt toegekend.

Uit onderzoek naar verhuismotieven blijkt dat: ruimtegebrek, bedrijfseconomische redenen, bereikbaarheid en overnames/ afsplitsing ten grondslag liggen aan een nieuwe locatiekeuze. Vergelijkbare factoren zijn ook doorslaggevend voor Nederlandse ondernemingen in Indonesië die binnen de regio verhuizen naar een andere vestigingslocatie. Bedrijfseconomische redenen hebben hier betrekking op een verhoging van de huurprijs en in plaats van ruimtegebrek gaat het om een verandering in de ruimte behoefte. Een veranderde ruimte behoefte heeft zowel betrekking op meer als minder ruimte. Deze verandering wordt onder meer veroorzaakt door: het aantal werknemers, productieomvang, samen gaan of afsplitsen van Joint Venture partner en het combineren of scheiden van functies. Zo doet het opstarten van productie in Indonesië de ondernemer besluiten te verhuizen. De werkzaamheden op de vestigingslocatie zijn immers mede bepalend voor de eisen die aan de locatie worden gesteld. Er wordt dan een hogere waarden toegekend aan factoren zoals: de aanvoer van grondstoffen en de aanwezige arbeidsmarkt. Bereikbaarheid kan op twee manieren gevolgen hebben voor het verhuizen van de vestigingslocatie. Wanneer de bereikbaarheid van klanten slecht is kan de onderneming besluiten een tweede vestigingslocatie te openen, spreiding van vestigingen verbeterd dan de bereikbaarheid. Wanneer de bereikbaarheid slecht is ten opzichte van andere vestigingen kan dit een reden zijn vestigingen samen te voegen. Een slechte bereikbaarheid door files en een slechte kwaliteit en kwantiteit van het wegennet heeft verschillende gevolgen voor de locatiekeuzes van ondernemingen.

Verhuizingen naar een andere regio hebben te maken met uitbreidingen naar nieuwe afzetmarkten, elders lagere huurprijzen, een verslechtering van lokale regels of de interpretatie daarvan en problemen met de bereikbaarheid en luchtkwaliteit in de huidige regio. Factoren die ten grondslag liggen aan het verlaten van Indonesië houden verband met een verslechtering in politieke, sociale en economische omstandigheden onder meer op het gebied van corruptie, arbeidsmarkt en Joint venture vereisten. Factoren als hoge investeringsbedragen, verhuiskosten, het willen behouden van

werknemers en het niet aanwezig zijn van alternatieven weerhoudt ondernemingen ervan om te kiezen voor een nieuwe vestigingsplaats. Wanneer een onderneming vanwege ruimte gebrek wil verhuizen en werknemers niet wil kwijt raken verhuist deze onderneming binnen hetzelfde gebied of kantoorgebouw. Het aantal vestigingslocaties wordt uitgebreid wanneer de verhuismotieven: ruimte gebrek of nieuwe afzetmarkten zijn, en investeringsbedragen te hoog zijn om de gehele (productie) vestiging te verplaatsen. De geneigdheid om te verhuizen bij andere locatie eisen verschilt dus tussen ondernemingen en onderdelen van de onderneming.

8.8 Private en overheidsinstanties

Tijdens het locatiekeuzeproces vergaart een ondernemer informatie over onder meer de externe omgeving. Binnen de behaviorale benadering wordt gekeken hoe dit proces verloopt en welke informatie hierbij wordt gebruikt. Nederlandse ondernemers in Indonesië maken gebruik van diverse informatiebronnen zoals: adviseurs, KvK's, ministeries en de EVD. Ondernemers zijn overigens niet uitsluitend afhankelijk van deze informatiebronnen voor de locatiekeuze. Door lange handelsrelaties van een onderneming in Indonesië beschikt een onderneming vaak over een omvangrijke bron aan informatie die gebruikt wordt bij de locatiekeuze. Deze bron aan informatie wordt gevoed door een uitgebreid netwerk dat onder meer bestaat uit contacten van werknemers en distributeurs.

Binnen dit onderzoek zijn twee instanties nader bekeken namelijk de BKPM (overheidsinstantie voor buitenlandse investeringen) en de INA (Indonesische Benelux kamer van koophandel). Beide instanties blijken niet of slechts in beperkte mate gebruikt te zijn als informatiebron voor de locatiekeuze. Deze instanties worden gezien als van geen invloed op de locatiekeuze. Maar ook lokale overheden en de hierboven genoemde informatiebronnen hebben geen invloed op de locatiekeuze maar dienen uitsluitend als informatiebron. Een onderneming is immers in de meeste gevallen vrij om een vestigingslocatie te kiezen. Voor de industrie zijn er bepaalde industrieterreinen aangewezen, waar industriële ondernemingen zelf ook de voorkeur aangeven. Instanties zoals de BKPM kunnen wel een vertragende werking hebben op de bedrijfsactiviteiten van een onderneming. Door hier rekening mee te houden proberen ondernemingen de gevolgen hiervan te beperken. Hoewel de BKPM een rol vervult als promotor van buitenlandse investeringen in Indonesië, merken ondernemingen daar niet altijd de positieve effecten van. Dit is overigens wel in positieve zin aan het veranderen. De INA richt zich op het verstrekken van informatie over vestigingslocaties en buitenlandse investeringen voor Nederlandse ondernemingen. Ondanks de functie als informatiebron maken ondernemingen hier niet altijd gebruik van. Dit komt door de omvangrijke informatiebron waarover ondernemingen zelf beschikken. Deze informatie is specifiek voor de onderneming en is soms verzameld gedurende een lange historie in Indonesië. Wanneer ondernemingen zelf niet beschikken over de benodigde informatie wordt het waarschijnlijker dat de INA als informatiebron wordt gebruikt. Dit kan het geval zijn bij nieuwe startende ondernemingen.

Het belang om in de nabijheid van andere organisaties gevestigd te zijn verschilt tussen de ondernemingen. Waar de nabijheid van andere organisaties wel van belang is gaat het om: de luchthaven, zeehaven, toeleveranciers, klanten, joint venture partner en ondernemingen waarmee wordt samengewerkt.

8.9 Veranderingen in de tijd

Door verandering in zowel de interne als externe omgeving van de onderneming, kunnen eisen ten opzichte van de vestigingsplaats veranderen. Het belang dat een onderneming hecht aan een vestigingsplaatsfactor verandert hierdoor in de tijd, factorsubstitutie kan hierdoor ontstaan. Een ondernemer kan proberen de bedrijfsvoering aan te passen aan de omgeving. Dit kan resulteren in andere keuzes voor de vestigingsplaats, dit is ook te zien in de theorie van Vernon, Håkanson en Dicken.

Hoewel belangrijke vestigingsplaatsfactoren kunnen veranderen, zijn voornamelijk grote Nederlandse ondernemingen niet snel geneigd Indonesië te verlaten bij veranderingen in de externe omgeving. Deze ondernemingen uiten over het algemeen vertrouwen in Indonesië als investeringsland. Dat blijkt ook uit recente investeringen die zijn gedaan. Marktfactoren zoals: grote van het marktaandeel en

winstgevendheid zijn cruciaal bij de keuze zich te vestigen in Indonesië. Het tijdelijk ontbreken hiervan tijdens de Azië crisis heeft niet direct een verplaatsing tot gevolg. Dit komt omdat vooruitzichten voor de toekomst gunstig worden bevonden. De Aziatische financiële crisis en een slechter wordende arbeidsmarkt (onder meer door het verhogen van lonen) heeft exporterende ondernemingen gericht op de textielindustrie doen besluiten Indonesië te verlaten. Het concurrentieveld tussen Aziatische landen is sterk veranderd nadat landen als China, India en Vietnam een open economie hebben gekregen. Deze landen bieden goede incentives en lage lonen. Indonesië loopt op het gebied van het investeringsbeleid achter op deze landen. De ondernemingen die gericht zijn op de Indonesische afzetmarkt blijven in Indonesië gevestigd en proberen de bedrijfsactiviteiten aan te passen aan de mogelijkheden en omstandigheden die zich voordoen. Deze omstandigheden zijn niet altijd voorzien door de ondernemer. Het maken van een locatiekeuze wordt dan wel eens toegeschreven aan toevalligheden die zich voordoen.

Overheidsinterventies hebben invloed op de condities die bepalend zijn voor een onderneming om te internationaliseren. Overheidsinterventies hebben onder meer betrekking op eigendomsbescherming, hoge invoerbelastingen en invoerbepalingen. Wetgeving kan Nederlandse investeerders verbieden zich te vestigen in Indonesië of weerhouden door de eigendomsbescherming te beperken. In de jaren na de invoering van de buitenlandse investeringswet van 1967 vestigen Nederlandse ondernemingen zich weer in Indonesië. Deze ondernemingen waren voor de nationalisatie ook al actief in Indonesië. Het aantal Nederlandse ondernemingen dat zich vestigt in Indonesië neemt ook toe na een verbetering van de joint venture vereisten in 1994. Dit verbeterde de eigendomsbescherming. Overheidsinterventies kunnen een onderneming ervan weerhouden te internationaliseren of het doen besluiten het land te verlaten. Maar is daarmee niet altijd een vestigingsplaatsfactor waarop een onderneming zijn keuze voor Indonesië bepaald. Het kan wel mede bepalend zijn voor de productielocatie in Indonesië. Hoge invoerbelastingen of invoerbepalingen kan een onderneming namelijk doen besluiten de productie voor de Indonesische markt in Indonesië plaats te laten vinden. Dit kan dan een kostenvoordeel opleveren. Dergelijke locatiekeuzes zijn altijd volgend op eerdere investeringen in Indonesië en dus niet bepalend voor de keuze te internationaliseren.

Op het regionale niveau zijn verschillen in de productielocatie van ondernemingen waarneembaar. Ondernemingen met een lange historie in Indonesië hebben vaker dan recenter gevestigde ondernemingen een productielocatie in Soerabaja i.p.v. in Jakarta. Dit houdt verband met de ontwikkeling van infrastructurele werken in het verleden. Door hoge investeringsbedragen zijn ondernemingen minder snel geneigd de productielocatie te verplaatsen wanneer de infrastructuur in een andere regio geschikter lijkt. Door de decentralisatie veranderen er een aantal vestigingsplaatsfactoren die voornamelijk op het regionale niveau doorslaggevend kunnen zijn. Het gaat hier om het gemak van het verkrijgen van vergunningen en service verlening van lokale overheden. De verandering in deze factoren hebben geen of zeer beperkte gevolgen voor de locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen. Mogelijk heeft dit wel een effect op de primaire sector zoals agrarische ondernemingen. Maar zolang onduidelijk blijft wat erop het regionale niveau geregeld mag worden is het voor ondernemingen lastig om op basis hiervan een locatiekeuze te maken. Wanneer ook andere factoren zoals marktfactoren veranderen ten gunste van andere regio's kan dit wel gevolgen hebben voor de locatiekeuze. Het slechter bereikbaar worden van het zakencentrum in Jakarta doet ondernemingen besluiten zich vanuit het centrum te verplaatsen naar de ringweg van Jakarta. Voor export gerelateerde ondernemingen wordt het steeds moeilijker zich in de omgeving van Jakarta te vestigen door problemen met de infrastructuur, transport, energievoorziening en de bereikbaarheid van de haven vanaf de industriegebieden. Een verandering van vestigingsplaatsfactoren betekent niet zonder meer een verandering van de vestigingsplaats. Een beter alternatief is niet altijd voorhanden en ondernemingen kunnen beperkt zijn in hun verhuisbaarheid. Productielocaties blijven doorgaans lang op dezelfde locatie gevestigd. Een lange historie van investeringen op dezelfde locatie doet ondernemingen eerder besluiten elders een nieuw productielocatie te betrekken wanneer uitbreiding op de huidige locatie niet mogelijk of wenselijk wordt geacht.

8.10 Het locatiekeuzeproces

Binnen de Economische Geografie wordt het locatiekeuzeproces omschreven als een zoektocht naar geschikte locaties waarbij verschillende potentiële locaties met elkaar worden vergeleken op basis van vestigingsplaatsfactoren. Tijdens het locatiekeuzeproces wordt er (meestal) per ruimtelijk schaalniveau een locatiekeuze gemaakt. Het betreft hier de keuze voor het land, regio en vestigingslocatie. Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat factoren op het regionale of lokale niveau dominerend kunnen zijn bij de locatiekeuze. Dit is onder meer het geval bij locatie gebonden delfstoffen en markten. De keuze voor een land volgt dan uit de keuze voor een regio en niet anders om. Ook blijkt dat bij een gebrek aan meerdere potentiële locaties de locatiekeuze niet gebaseerd is op een vergelijking tussen locaties. De locatie moet wel voldoen aan het eisenpakket van vestigingsplaatsfactoren. Doordat een locatiekeuze vaak voortkomt uit een historisch gegroeid proces en gemaakt wordt in de dan geldende situatie en omstandigheden zijn meerdere potentiële locaties niet altijd voorhanden. Dit komt voornamelijk voor bij de keuze voor Indonesië waar niet altijd een afweging tussen verschillende landen wordt gemaakt. Bij de keuze voor de regio wordt vaak maar één regio geschikt bevonden. Veruit de meeste Nederlandse ondernemingen kiezen direct voor de regio DKI Jakarta. Dit is te verklaren door de dominante positie van Jakarta in zowel het economische als stedelijke systeem van Indonesië. Voor de meeste hoofdkantoren is dit de gunstigste regio binnen Indonesië. Ook ondernemingen gevestigd in andere regio's zien vaak geen alternatieve regio's. Bij de keuze voor de productielocatie worden wel andere regio's dan Jakarta gekozen. Dit heeft te maken met belastingvoordelen, aanwezige grondstoffen en gunstige omgevingsfactoren op het moment van de keuze. Bij de keuze voor de vestigingslocatie worden wel verschillende potentiële locaties met elkaar vergeleken. Wanneer meerdere locaties voldoen aan de cruciale vestigingsplaatsfactoren die er zijn gesteld, dan spelen ook andere minder belangrijke factoren een rol.

Het locatiekeuzeproces ontstaat wanneer een onderneming besluit zich te gaan vestigen. Dit kan zowel betrekking hebben op de eerste vestiging als bij verhuizing of uitbreiding van het aantal vestigingen. Voor Nederlandse ondernemingen die zich willen vestigen in Indonesië ontstaat dit proces in het internationaliseringsproces. Wanneer een onderneming kiest te internationaliseren wordt er doorgaans eerst een keuze voor een land gemaakt. Dit is het begin van het locatiekeuzeproces. Het locatiekeuzeproces kan ook ontstaan wanneer een investeerder besluit zich in Indonesië te vestigen zonder dat er sprake is van internationalisering. In internationaliseringstheorieën zijn verschillende factoren beschreven die ten grondslag liggen aan het internationaliseren van ondernemingen. Het gaat hierom om zowel de competenties van de onderneming als (imperfecties van) de markt. Het daadwerkelijk internationaliseren gebeurt pas bij een directe aanleiding hiervoor. De intentie van een onderneming om te internationaliseren neemt toe naarmate er aan bepaalde condities wordt voldaan. Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat deze intentie toeneemt naar mate de onderneming meer kennis en ervaring op doet met betrekking tot de marktomstandigheden in Indonesië. Ondernemingen willen zicht hebben op de omvang van de markt of de aanwezigheid van grondstoffen, het te behalen marktaandeel, winstgevendheid, economische kansen en toekomstige vooruitzichten. Wanneer deze condities gunstig zijn, neemt de neiging toe om te internationaliseren. Dunning geeft hierbij aan dat multinationale ondernemingen beschikken over meer en of betere kennis over grondstoffen en markten. Veel ondernemingen doen deze kennis op door bestaande klanten te volgen naar andere landen of door de export van producten. De (directe) aanleiding doet zich dan voor wanneer de onderneming voldoende zicht heeft op de markt. De aanleiding ontstaat daardoor vaak uit een historisch gegroeid proces waarin gebeurtenissen en omstandigheden bepalend zijn voor de uiteindelijke locatiekeuze. Andere condities die bepalend zijn voor het besluit van een ondernemer om te internationaliseren zijn: het niet kunnen organiseren van de activiteiten in Indonesië vanuit een ander land, marktomstandigheden op andere markten, privé omstandigheden en een verbetering in het investeringsklimaat.

Hoofdstuk 9. Reflectie en aanbevelingen

9.1 Inleiding

In dit hoofdstuk is een reflectie op het onderzoek beschreven en zijn enkele aanbevelingen gegeven. In de reflectie is ingegaan op verschillen die zijn waargenomen tussen de theorieën uit het theoretisch kader en de conclusie van dit onderzoek. Hierbij zijn enkele handreikingen gedaan ter verbetering of aanpassing van deze theorieën. Ook zijn er resultaten beschreven die niet geheel te verklaren zijn vanuit het theoretisch kader. En is aangegeven welke elementen uit het theoretisch kader niet zijn terug gevonden in de resultaten. Uit zowel de resultaten als de conclusie en reflectie op het onderzoek zijn enkele aanbevelingen voortgekomen. De aanbevelingen hebben betrekking op het verschaffen van informatie aan ondernemingen tijdens de locatiekeuze. Ook zijn er aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek waarbij enkele onderwerpen als interessant zijn aangereikt om nader te onderzoeken.

9.2 Reflectie

Verondersteld wordt dat het locatiekeuzeproces (meestal) verloopt in drie fases gekoppeld aan keuzes op drie ruimtelijke schaalniveaus namelijk: land, regio en vestigingslocatie. Dit veronderstelt een lineair proces waarbij eerst op een hoog schaalniveau een keuze wordt gemaakt en daarna pas op een lager niveau. Dit proces kan echter ook andersom verlopen. Een onderneming kan namelijk ook eerst een keuze maken voor enkele potentiële regio's en vervolgens een afweging maken op basis van factoren van een land. Als voorbeeld: een onderneming heeft de voorkeur voor bepaalde regio's of vestigingsplaatsen vanwege de aanwezigheid van grondstoffen of een afzetmarkt. Vanwege beperkte middelen kan de onderneming maar voor één locatie kiezen. Er wordt gekozen voor de regio in het land waar de eigendomsbescherming het best is geregeld. Maar mogelijk spelen factoren op het niveau van een land nauwelijks een rol.

Het internationaliseringsproces zoals deze beschreven is in de theorieën van: Vernon, Håkanson en Dicken laten weinig ruimte over voor variatie. Het internationaliseringsproces begint altijd bij productie en afzet in het thuisland. Later vindt export plaats door middel van verkoopkantoren, handelsagenten of licentie overeenkomsten. Productie in een ander land volgt bij voldoende afzet en waar een kostenvoordeel behaald kan worden. Een aanpassing in het ruimtelijke groei model van Dicken laat wel variatie toe. Dat model laat zien dat een onderneming ook kan internationaliseren door de productie te verplaatsen naar het buitenland, maar alleen de markt in het thuisland bedient. Uit dit onderzoek is gebleken dat er ondernemingen zijn die op deze wijze internationaliseren. Deze theorieën gaan uit van een onderneming die producten produceert en verkoopt. In werkelijkheid leveren veel ondernemingen een dienst en niet direct een fysiek product. In deze theorieën en modellen zou de nadruk niet alleen op producerende ondernemingen moeten liggen maar ook op die van dienstverleners. Export zou hier meer de betekenis van kennisoverdracht of uitwisseling kunnen krijgen. En bij productie moet ook invulling worden gegeven aan het leveren van een dienst. Het model dient verder variatie toe te laten voor:

- Ondernemingen die direct het buitenland bedienen zonder dit eerst in het thuisland te doen.
- Ondernemingen die op den duur het thuisland niet meer bedienen.
- Verplaatsingen van hoofdkantoren vanuit het thuisland naar het buitenland.
- Vanuit het eindstadium met eigen productielocaties weer terug te gaan naar licentie overeenkomsten of het volledig afstoten van productie.

Tijdens het onderzoek kwam de vraag naar voren hoe belangrijk de locatiekeuze voor een onderneming is? Is de vestigingslocatie functioneel of essentieel voor het functioneren? Het beantwoorden van deze vraag voor een onderneming verklaart bepaalde keuzes in het locatiekeuzeproces. (Klassieke) Locatietheorieën veronderstellen dat een onderneming een (vaste) vestigingslocatie nodig heeft om te functioneren. Wanneer er vanuit wordt gegaan dat een vestigingslocatie alleen functioneel kan zijn, kan het ontstaan van (grote) verschillen tussen de locatiekeuze van ondernemingen hieruit mogelijk worden verklaard. Een voorbeeld hiervan is het domineren van privé redenen bij de locatiekeuze. Wanneer de vestigingslocatie minder essentieel is voor het functioneren van de onderneming en dus eerder functioneel is, kan de locatiekeuze op

uiteenlopende factoren berusten. Andersom lijkt het erop dat wanneer de vestigingslocatie essentieel is voor het functioneren voor de onderneming de voorspelbaarheid van de vestigingslocatie toeneemt.

De institutionele benadering gaat er vanuit dat het voornamelijk instituties zijn die het economisch handelen van actoren bepaalt. Onder instituties worden zowel wetten en regelgeving als normen, waarden en conventies verstaan. Binnen dit onderzoek is expliciet ingegaan op de rol van instanties in het locatiekeuzeproces. Ondernemingen ondervinden geen invloed van instanties bij de locatiekeuze. Een onderneming is in de meeste gevallen ook niet gebonden aan regelgeving voor het kiezen van een vestigingslocatie. Tijdens gesprekken met ondernemers kwamen ook factoren als wetten en regelgeving naar voren. Corruptie en veranderingen in de manier waarop bestaande wetgeving wordt geïnterpreteerd zijn hier ook voorbeelden van. Het is binnen dit onderzoek niet inzichtelijk geworden op welke manier normen, waarden en gebruiken bepalend zijn (geweest) voor de locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen in Indonesië. Tijdens interviews met ondernemers komen deze factoren niet naar voren. Mogelijk dat een andere onderzoekstechniek hier meer inzicht in kan geven.

9.3 Aanbevelingen

Het contact tussen de INA en Nederlandse ondernemingen in Indonesië verschilt van onderneming tot onderneming. Verschillende ondernemingen zijn goed op de hoogte van de omstandigheden in Indonesië en hebben de INA niet nodig als informatiebron. Zij zien de INA als een informatiebron met meer algemene informatie over Indonesië. Toch komt het ook voor dat een onderneming behoefte heeft aan informatie over potentiële vestigingslocaties. De ondernemer vindt het prettig als de INA over concrete informatie zou beschikken. De INA geeft aan over deze informatie te beschikken en deze te verzamelen. Ondernemingen zijn dus niet altijd op de hoogte van wat de INA voor hen kan betekenen. Voor de INA liggen er mogelijkheden om zich te profileren als informatiebron bij de locatiekeuze op lagere ruimtelijke schaalniveaus. Vestigingsplaatsfactoren op een lager ruimtelijk schaalniveau kunnen namelijk domineren in het locatiekeuzeproces. Ook wordt er op een lager schaalniveau vaker dan op een hoger schaalniveau een afweging gemaakt tussen potentiële locaties.

In paragraaf 9.2, wordt verondersteld dat het locatiekeuzeproces geen lineair proces is en dat de keuze voor een land ondergeschikt kan zijn aan de keuze voor een regio of vestigingslocatie. Vervolg onderzoek zou meer inzicht moeten geven in de vraag, op welk ruimtelijk schaalniveau de factoren die ten grondslag liggen aan het internationaliseren van een onderneming betrekking hebben? Zijn dat nationale, regionale of lokale factoren? Hiermee kan mogelijk inzichtelijk gemaakt worden of het aanpassen van landelijke factoren zoals het belastingregiem meer effect hebben op het aantrekken van buitenlandse ondernemingen dan een goede regionale afzetmarkt? En wordt het concurrentievoordeel van landen voornamelijk door nationale, regionale of lokale factoren bepaald?

De resultaten uit dit onderzoek geven een kwalitatieve omschrijving van de vestigingsplaatsfactoren. Nu bekend is welke vestigingsplaatsfactoren belangrijk zijn voor Nederlandse ondernemingen in Indonesië kan een kwantitatief onderzoek hierop volgen. Kwantitatief onderzoek maakt het mogelijk om een groter aantal respondenten in het onderzoek te betrekken. Hierdoor wordt het mogelijk, gemakkelijker om ondernemingen of groepen ondernemingen met elkaar te vergelijken. Gegevens uit een kwantitatief onderzoek zijn statistisch te verwerken waardoor mogelijk andere inzichten ontstaan.

Dit onderzoek heeft zich gericht op ondernemingen die zich gevestigd hebben in Indonesië. De resultaten in dit onderzoek hebben dan ook voornamelijk betrekking op gevestigde ondernemingen. Enkele resultaten geven ook inzicht in de reden waarom ondernemingen niet gekozen hebben voor Indonesië of waarom ondernemingen zijn vertrokken uit Indonesië. Het kan interessant zijn om inzicht te krijgen in deze ondernemingen. Dit kan bijdragen aan de bevordering van nieuwe investeringen in Indonesië. Ook kan dit inzicht geven in de reden waarom de ene onderneming zich niet vestigt en de andere onderneming wel onder dezelfde omstandigheden. De EVD organiseert handelsmissies naar onder meer Indonesië. Mogelijk is dat een ingang om in contact te komen met ondernemingen die aan het begin van een locatiekeuzeproces staan. Het kwalitatieve karakter heeft geresulteerd in een dieper inzicht in de betekenis van vestigingsplaatsfactoren. Voor een aantal vestigingsplaatsfactoren is een dieper inzicht in de betekenis echter gewenst. Verklaard dient te worden waarom ondernemingen

onder dezelfde condities verschillende keuzes maken. Van corruptie, bureaucratie en slechte eigendomsbescherming is bekend dat ondernemingen onder deze omstandigheden toch internationaliseren. Of ze vervolgens blijven is mede afhankelijk van veranderingen van deze omstandigheden. Vragen hierbij zijn: tot welk niveau bureaucratie mag toenemen en hoe wordt dit niveau door ondernemers beoordeeld?

Indien verondersteld wordt dat een vestigingsplaatsfactor ruimtelijk dient te discrimineren om een locatiekeuze te kunnen verklaren, zal een locatietheorie gebruik moeten maken van discriminerende factoren. Bij een verandering van discriminerende factoren zal een theorie aangepast moeten worden. Wanneer er een 'level playing field' optreedt waarin weinig verschillen tussen factoren zijn, wordt verondersteld dat de locatiekeuze meer subjectief bepaald wordt. Ongeacht het toe of afnemen van verschillen kan een nieuwe vestigingsplaatsfactor gaan domineren bij de locatiekeuze. Een dreiging of daadwerkelijk overstroom van gebieden speelt al mee in de locatiekeuze in Indonesië. Of en hoe deze factor een rol gaat spelen bij de locatiekeuze in Nederland is nog maar de vraag. Gaat deze factor werkelijk een belangrijke discriminerende werking krijgen? En hoe subjectief wordt er een waarde aan deze factor gekoppeld? Zijn enkele vragen die hierbij op komen. Dit alles geeft maar weer eens aan hoe dynamisch het onderzoeksgebied van Economische Geografie is waardoor continu onderzoek noodzakelijk blijft.

Literatuurlijst

- Ali, F., N. Fiess & R. MacDonald R. (2008), *Do institutions matter for FDI?*. Glasgow: University of Glasgow.
- Atzema, O.A.L.C. & E. Wever (1994), *De Nederlandse industrie, ontwikkeling, spreiding en uitdaging*. Assen: Van Gorcum.
- Atzema, O.A.L.C., J.G. Lambooy, A. van Rietbergen & E. Wever, (2009), *Ruimtelijke economische dynamiek; kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling*. Bussum: Coutinho.
- Baarda, D.B., M.P.M. de Goede & J. Teunissen (2005), *Basisboek Kwalitatief onderzoek, Praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Houten: Stenfert Kroese.
- Baardewijk F. (1998), *Geschiedenis van Indonesië*. Walburg Pers, Zutphen.
- Bakker, T. (1994), Soepeler regels joint ventures in Indonesië. *Het Financiële Dagblad*. 7 oktober 1994.
- Billiet, J. & H. Waage H. (2003), *Een samenleving onderzocht, Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Antwerpen: De Boeck.
- BKPM, Baden Koordinasi Penanaman Modal/ Indonesia Investment Coordinating Board (2007a), *Criteria and requirement for the determination and list of business fields closed and open with conditions to investment*. Jakarta: BKPM.
- BKPM, Baden Koordinasi Penanaman Modal/ Indonesia Investment Coordinating Board (2007b), *Government regulations of investment facilities*. Jakarta: BKPM.
- BKPM, Baden Koordinasi Penanaman Modal/ Indonesia Investment Coordinating Board (2007c), *Law of investment of the republic of Indonesia*. Jakarta: BKPM.
- BKPM, Baden Koordinasi Penanaman Modal/ Indonesia Investment Coordinating Board (2008), *Dutch investment in Indonesia 1990-feb2008*. Jakarta: BKPM.
- Boer, G. de, (2002), Zonder steekpenningen geen kans op orders. In: *Het Finacieele Dagblad*. 18 juni 2002.
- Bogaerts, E. & R. Raben (2007) *Van Indië tot Indonesië*. Amsterdam: Boom.
- Challik, D. & E. Bouma (2007), *Werken met Indonesië*. Amsterdam: KIT Publishers.
- Christaller, W. (1968), *Die zentralen Orte in Süddeutschland*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. Tweede druk.
- Cyert, R.M. & J.G. March (1963), *A behavioral theory of the firm*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Dicken, P. (1986), *Global Shift; Industrial change in a turbulent world*. London: Harper & Row.
- Dicken, P. & P.E. Lloyd (1990), *Location in Space: theoretical perspectives in economic geography*. Ney York: HarperCollin.

- Dicken, P. (1992), *Global Shift. The Internationalization of economic activity*. London: Paul Chapman Publishing Ltd.
- Dicken, P. (2007), *Global shift. Mapping the changing contours of the world economy*, London: Sage Publications.
- Dinteren, J. van (2008), Bedrijventerreinen, Segmentatie en ruimtelijke kwaliteit. In: *collegereeks planning, ontwikkeling en management van werklocaties*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen.
- Dunning, J. H. (1979), Explaining Changing Patterns of International Production: In Defense of the Eclectic Theory. In: *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. Oxford. 41(4), p. 269-295.
- Dunning, J.H. (1980), Towards an eclectic theory of international production: some empirical tests. In: *Journal of International Business Studies*. 11, p. 9-31.
- Dunning, J.H. (1981), *International production and the multinational enterprise*. London: George Allen & Unwin.
- EIU, (2008), *Country profile 2008 Indonesia*, London: The Economist Intelligence Unit.
- Erb, M., P. Sulistiyanto & C. Faucher (2005), *Regionalism in post-Suharto Indonesia*. New York: RoutledgeCurzon.
- Ernst & Young, (2006), *Doing business in Indonesia, Tax and business guide*. Jakarta: Ernst & Young.
- Ernst & Young, (2007), *Strategic Business risk, 2008 the top 10 Risk for Business*. London: Ernst & Young.
- EVD, (2008/ 2009), *Online landenpublicatie Indonesië*. Economische voorlichtingsdienst. <http://www.evd.nl/home/landen/landenpagina/land.asp?land=ino>. (bezoekt op 18-12-2009).
- Datamonitor, (2008), *Indonesia Country Analysis Report*. Datamonitor.
- Financieele Dagblad (2002) Nederlandse bedrijven in Indonesië massaal schuldig aan corruptie in Jakarta. In: *Het Financieele Dagblad*. 18 juni 2002.
- Folmer, H. (2000), Waarom economen vaak miskleunen. In: *Economische Statistische Berichten*. 85(4279), p. 879-881.
- Folmer, H. (2007), *Waarom economen vaak miskleunen* (Rede). Groningen: Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen Rijksuniversiteit Groningen.
- Gabrielsson, M. & V.H.M. Kirpalani (2004), “Born globals: How to reach new business space rapidly”, *International Business Review*. Elsevier 13(5), p.555-571.
- Gankema, H.G.J., L. Hulsebos, & P.S. Zwart (1994), *Internationale Strategieën in het Nederlandse Midden- en Kleinbedrijf*. Groningen: Small Business Center.
- Gillis, M., (1985). Micro and Macroeconomics of Tax Reform: Indonesia. In: *Journal of Development Economics*. Durham: Duke University. 19(3), p. 221-254.
- Håkanson, L. (1979), Towards a Theory of Location and Corporate Growth. In: Hamilton, F.E.I. & G.J.R. Linge (eds.) *Spatial Analysis, Industry and the Industrial Environment*. New York: John Wiley & Sons, 1, p.115-138.

- Henderson, J.V. & A. Kuncoro (1996), Industrial Centralization in Indonesia. In: *The world bank economic review*. 10(3), p.513-540.
- Henderson, J.V. (2003). The urbanization process and economic growth: The so-what question. *Journal of Economic Growth*. 8 p.47-71.
- Hollensen, S. (2004), *Global Marketing: A Decision-Oriented Approach*. London: FT Prentice Hall. Derde druk.
- Hoover, E.M. (1948), *The location of economic activity*. Ney York: McGraw-Hill book company.
- Hotelling, H. (1929), Stability in Competition In: *The Economic Journal*. Blackwell Publishing for the Royal Economic Society. 39(153) p.41-57.
- INA, (2008) Dutch companies located in Jakarta, Bandung & Purwakarta. Jakarta: Indonesian BeNeLux Chamber of Commerce.
- Johnson, S. (1773) Hester Thrale, Tuesday 21 september 1773. In: Redford, B. (1992), *The Letters of Samuel Johnson 1773-1776*. Oxford: Clarendon press. 2.
- Jong, H.W. de & Shepherd, W.G. (red.) (1988), *The structure of European industry*. Dordrecht: Kluwer, Academic Publishers. Tweede druk.
- Kaufmann, D., A. Kraay & M. Mastruzzi (2009), Governance matters VIII, Aggregate and individual governance indicators 1996-2008 (WGI dataset). In: Development research group and Macroeconomics and growth team, *Policy Research working paper no. WPS 4978*. Washington: The World Bank.
- Kamann, D.J.F (1986), Industrial organisation, innovation and employment. In: Nijkamp, P. (Editor), *Technological Change, Employment and Spatial Dynamics*. Berlijn: Springer-Verlag.
- Kotler, P.J., K.L. Keller, M. Brady, M.R.V. Goodman & T. Hansen, T. (2009), *Marketing management*. Harlow: Pearson.
- Krumme, G. (1969), Toward a Geography of Enterprise. In: *Economic Geography*. Clark University. 45(1) p. 30-40.
- Lambooy, J.G. (1995), *Regionale Economische Dynamiek: een Inleiding in de Economische Geografie*. Bussum: Coutinho. Derde druk.
- Lambooy, J.G., E. Wever, & O.A.L.C. Atzema, (1997), *Regionale Economische Dynamiek: een Inleiding in de theoretische aspecten van de economische geografie*. Bussum: Coutinho.
- Lindblad, J.T. (2002) *The importance of Indonesianisasi during the transition from the 1930s to the 1960s*. Leiden: Leiden University.
- Lösch, A. (1954), *The Economics of location*. translated from the second revised edition. Woglom. W.H., New Haven: Yale University Press.
- Maso, I. (1989), *Kwalitatief onderzoek*. Meppel: Boom.
- McNee, R.B. (1960), Towards a more humanistic economic geography, the geography of enterprise. In: *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*. 51(8), p. 201-206.

- Meester W.J. & P.H. Pellenbarg (1986), *Subjectieve waardering van bedrijfsvestigingsmilieus in Nederland*. Groningen: Geografisch Instituut, RUG.
- Meijer, H., (2005), *In Indie geworteld*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Miller, T. & K.R. Holmes (2009), *2009 Index of economic freedom, the link between economic opportunity and prosperity*. Ney York: The Heritage Foundation, Washinigton & The wall street journal.
- Moesen, W.A. (2004), Instelling, ligging en economische welvaart. In: *Leuvense Economische Standpunten*. Centrum voor Economische Studiën Katholieke Universiteit Leuven. 2004(103) p. 1-29.
- Moses, L.N. (1958), Location and The Theory of Production. In: *Quarterly Journal of Economics*. The MIT Press. 72(2) p. 259-272.
- Nieuwenhuys, E.C. (1995), *Regulering van buitenlandse investeringen in Indonesië en China een rechtsvergelijkend onderzoek naar de toelating en oprichting van buitenlandse ondernemingen*. Antwerpen: Maklu.
- Noort, E.A. van. & I.J.T. Reijmer (1999), *Location choice of SMEs – the most important determinants*. Zoetermeer: EIM.
- North, D.C. (1990), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- OECD, (2008), Economic surveys Indonesia. In: *Economic assessment*. OECD Publishing. 2008(17).
- Pater, B. de & H van der Wusten (1996), *Het geografische Huis. De opbouw van een wetenschap*. Bussum: Coutinho.
- Pellenbarg, P.H. (1985), *Bedrijfsrelokatie en ruimtelijke cognitie*. Dissertatie R.U. Groningen. Groningen: Sociaal-Geografische Reeks no. 33, Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen.
- Pellenbarg, P.H., D.J.F. Kamann & F.J. Sijtsma (2000), *Bedrijfslocatiekeuze: economisch-geografische theorie, de geïnterviewde ondernemer en de mogelijke gevolgen van de digitale revolutie*. (Concept). Groningen.
- Pellenbarg, P.H., P. van Steen & L. van Wissen (2005), *Ruimtelijke aspecten van de bedrijven dynamiek in Nederland*. Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Pen, C.J. (2002), *Wat beweegt bedrijven Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*. Proefschrift. Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen Rijksuniversiteit Groningen. Groningen: Grafisch Centrum, Rijksuniversiteit Groningen.
- Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*. Ney York: The Free Press.
- Porter, M.E. (1998), *On competition*. Boston: Harvard Business school publishing.
- Porter, M.E. & K. Schwab (2008), *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Genava: World economic forum within the framework of the global competitiveness network.
- Pred, A.R. (1967), *Behavior and location, Foundations for a geographic and dynamic location theory*. Lund: Gleerup.

- Rajenthiran, A. (2002), Indonesia: An overview of the legal framework for foreign direct investment. In: *Economics and finance*. Singapore: Insitute of Southeast Asian Studies. 4.
- Reijs, Th.A.M., Kuipers, B., Cornelissen, C., Harten, J. Van, Schuur, P.C., Boer, L. De, Wegen, L.L.M. Van Der, Heerkens, H., Pellenbarg & P.H., Sijtsma, F.J. (2001), *Core Centra en vestigingsplaatskeuze*. Delft: TNO Intro.
- Rietbergen, T. van, J. Bosman & M. de Schmidt (1990), *Internationalisering van de dienstensector; Nederlandse ondernemingen in mondiaal perspectief*, Muidenberg: Coutinho.
- Rijt-Veltman, W.V.M. van, A.H.H.M. Mensen & C.M. Wiggers-Ruigrok (2002), *Een warmer vestigingsklimaat voor het MKB?*. Zoetermeer: EIM.
- Rukmana, D. (2007), *The dominance of Jakarta in Indonesia's urban system and economy*. DgCommunities.
- Rukmana, D. (2008), The growth of Jakarta Metropolitan area and the sustainability of urban development in Indonesia. In: *The international journal of environmental, cultural, economic and social sustainability*. 4(1) p. 99-106.
- Silver, C. (2008), *Planning the megacity: Jakarta in the twentieth century*. New York: Routledge.
- Simon, H.A. (1995), A Behavioral Model of Rational Choice. In: *Quarterly Journal of Economics*. The MITT Press. 69(1), p. 99-118.
- Simon, H.A. (1957), *Models of Man, Social and Rational*. Ney York: Willey.
- Simon, H.A. (1978), Rationality as Process and as Product of Thought. In: *The American Economic Review*. Papers and Proceedings of the Ninetieth Annual Meeting of the American Economic Association. 68(2), p. 1-16.
- Stec Groep (2005), *Bedrijfsruimtegebruikers in Beeld, Resultaten Database Bedrijfsruimtegebruikes Nederland*. Nijmegen.
- Swanborn, P.G. (2003), *Case-study's: Wat, wanneer en hoe?* Amsterdam/ Meppel: Boom.
- Taylor, M. J. (1987), Enterprise and the product-cycle model: Conceptual ambiguities. In: Kap, G.A. van der & E. Wever (reds.), *New technology and regional development*. Londen: Croom Helm. p. 75-94.
- Thee, K.W. (2006a), Policies Affecting Indonesia's Industrial Technology Development. In: *ASEAN Economic Bulletin*. 23(3), p. 341-359.
- Thee. K.W. (2006b), Policies for Private Sector Development in Indonesia. In: *ABD Institute Discussion Paper*. 46.
- Thünen, J.H. von (1910), *Der isolierte Staat, in Beziehung auf Landwirtschaft und. Nationalökonomie*. Jena: Gustav Fischer.
- Transparency International (2009a), *Global Corruption barometer*. Transparency international.
- Transparency International (2009b), *Global Corruption Report 2009, Corruption and the Private Sector*. In: *The United States of America*. New York: Cambridge University Press.

- United Nations Statistical Commission, (2002), *International standard industrial classification of all economic activities*. ISIC Rev. 3.1.
- Utomo, T.W.W. (2004), *Decentralization and Capacity Building in Indonesian Local Administration: A long Journey for discovering a model of democratic developmental regime Case study of Bandung city government*. Master Thesis. Nagoya City: Nagoya University, Graduate school of International development.
- Verhage, B., (1996), *Strategisch marketing management*. Groningen/ Houten: Stenfert Kroese. Tweede druk.
- Vernon, R. (1966), *International Investment and International Trade in the Product Cycle*. In: *Quarterly Journal of Economics*. The MIT Press. 80(2) p. 190-207.
- Vernon, R. (1979), *The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment*. In: *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 41(4), p. 255-267.
- Voogd, C. de. (1993), *De neergang van de scheepsbouw en andere industriele bedrijfstakken*. Vlissingen: Den Boer/De Ruiter.
- Walker, R. (2000), *The Geography of production*, In: Sheppard, E. & T.J. Barnes (Eds.), *A Companion to Economic Geography*. Oxford: Blackwell. P. 113-132.
- Weber, A. (1922), *Ueber den Standort der Industrien, Reine theorie des standorts*. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Weber, A. (1929), *Theory of the location of industries, translated with an interdiction and notes*. Vertaald door Friedrich, C.J. Chicago: The University of Chicago Press.
- Wells, L.T. Jr. Editor (1972), *The Product Life Cycle and International Trade*. Boston: Harvard University, Division of Research, Graduate School of Business Administration.
- Wells, L.T. Jr., N.J. Allen, J. Morisset & N. Pirnia (2001) *Using Tax Incentives to Compete for Foreign Investment. Are they worth the cost?* In: *FIAS Foreign investment advisory service Occasional Paper 15*. Washinton D.C.: The international finance corporation & the world bank.
- Wester, F. (1995), *Strategieën voor kwalitatief onderzoek*. Bussum: Coutinho.
- World Bank, the International Finance Corporation & Palgrave Macmillan (2009), *Doing business 2009, comparing regulation in 181 economies*. Washington D.C.
- Zee, F. van der (2004), *Kennisverwerving in de empirische wetenschappen. de methodologie van wetenschappelijk onderzoek*. Groningen: Bureau voor Markt Onderzoek en Organisatie Ontwikkeling.
- Zee, F. van der (2006), *Basiskennis voor economisch en bedrijfskundig onderzoek*. Groningen: Bureau voor Markt Onderzoek en Organisatie Ontwikkeling.

Bijlagen

Bijlage 1. Vestigingsplaatsfactoren

In deze bijlagen is een overzicht opgenomen van de vestigingsplaatsfactoren die door economen en geografen worden genoemd bij het locatiekeuzeproses van ondernemers.

Multicriteriaboom voor locatiebeslissingen

Reijs et al. (2001) hanteren een criteriaboom waarin criteria zijn opgenomen die van belang kunnen zijn bij een locatiekeuze. Doordat de criteriaboom “algemeen van aard is” spelen een aantal criteria “geen rol” bij de locatiekeuze, daarnaast is “het belang” van de criteria “afhankelijk van het soort locatie” dat wordt gezocht (Reijs et al., 2001). De criteriaboom hanteert zeven hoofdgroepen met daarin subcriteria. Deze zijn hieronder weergegeven.

Tabel B1.1 Multicriteriaboom voor locatiebeslissingen

Hoofdgroepen en subcriteria	
1. Bedrijfsimago <ul style="list-style-type: none">• Representativiteit locatie• Zichtbaarheid t.o.v. concurrenten	4. Synergie met netwerkpartners (t.b.v. samenwerking in productie) <ul style="list-style-type: none">• Outsourcing, kennisuitwisseling• Onderhoud, transporteurs, co-makers• Concullega-clustering• Bundeling van bedrijfsactiviteiten.
2. Relatie tot markt en toeleveringsketen (geografisch) <ul style="list-style-type: none">• Plaats in distributienetwerk• Spreiding leveranciers / klanten• Nabijheid grote klanten/ concurrenten	5. Juridische en economische aspecten <ul style="list-style-type: none">• Economische stabiliteit• Belastingklimaat, taal/cultuur• Land is lid EU/ EMU• Ondernemingswetgeving, milieu eisen
3. Facilitering van operationele processen (infrastructuur en fysieke resources) <ul style="list-style-type: none">• Beschikbaarheid vervoersmodaliteiten/ verplaatsingsnetwerk• Communicatie• Bereikbaarheid en parkeerplaatsen• Aanvoer kritieke grondstoffen• Uitbreidingsmogelijkheden• Parkmanagement	6. Arbeidsmarkt <ul style="list-style-type: none">• Beschikbaarheid• opleidingsniveau personeel• Arbeidskwaliteit en ambachtelijk handelen• Arbeidsklimaat, quality of life
	7. Kostenfactoren <ul style="list-style-type: none">• Grond- en bouwkosten• Huurkosten, subsidies• Loonkosten, exploitatie-kosten

Bron: Reijs et al., 2001

Model van locatiefactoren

Het model van locatiefactoren dat Rijt-Veltman et al. (2002) gebruiken brengt bedrijfsinterne en bedrijfsexterne factoren in verband met locatiekeuze en regionale groei. Zij stellen dat een onderneming een locatie zoekt waarbij “de bedrijfsexterne factoren zo goed mogelijk overeenkomen met de interne eisen”. De bedrijfsexterne factoren worden onderverdeeld in drie groepen namelijk: commerciële omgeving, gebouwde omgeving en institutionele omgeving. De bedrijfsinterne factoren zijn onderverdeeld in de bedrijfsomgeving en de persoonlijke omgeving. Hieronder zijn de locatiefactoren uit dit model weergegeven.

Tabel B1.2 Model van locatiefactoren

Bedrijfsexterne factoren	Bedrijfsinterne factoren
Commerciële omgeving <ul style="list-style-type: none"> • Afzetmarkt • Arbeidsmarkt • Concurrenten • Complementaire bedrijvigheid • Onroerend goed • Aanbod concurrerende gemeenten 	Bedrijfsomgeving <ul style="list-style-type: none"> • Bedrijfsstrategie • Bedrijfsomvang • Sector/ branche • HRM • Productiemiddelen • Financiële middelen • Communicatiestructuur/ ICT
Gebouwde omgeving <ul style="list-style-type: none"> • Topografische ligging • Gronduitgifte • Aanbod bedrijfspanden • Imago gemeente • Woon en leefmilieu • Infrastructuur • Stadsbeheer, onderhoud en vernieuwing 	Persoonlijke omgeving <ul style="list-style-type: none"> • Individuele aspiraties • Cultureel bepaalde waarden en normen • Mental maps
Institutionele omgeving <ul style="list-style-type: none"> • Voorlichting/ advies • Subsidies/ vergunningen • Aanwezigheid organisaties • (politieke) machtsverhoudingen • Fiscaal klimaat • Regionale netwerkvorming 	

Bron: EIM, 2001. In: Rijt-Veltman et al., 2002

Locatie factoren naar geografische schaal

Buck Consultants hanteert een tabel met vestigingsplaatsfactoren gegroepeerd naar de ruimtelijke schaalniveaus waarop deze van toepassing zijn. Deze tabel is gebaseerd op “nationaal onderzoek naar subjectieve waardering van vestigingsplaatsen in Nederland” door Meester en Pellenbarg, 1986 (Reijs et al., 2001).

Tabel B1.3 Belang van locatiefactoren naar geografische schaal

Vestigingsplaatsfactoren	Nationaal	Regionaal	Lokaal
1. Vestigingslocaties (aanbod van)	+	+	+
2. Infrastructuur & logistiek	+	+	+
3. Woon- en leefklimaat	+	+	0
4. Stimuleringsmaatregelen	+	+	0
5. Nutsvoorzieningen	+	+	0
6. Toeleveranciers en kennis	+	+	0
7. Arbeidsklimaat	+	+	0
8. Regelgeving	+	0	-
9. Belastingen	+	0	-
10. Marktaspecten	+	0	-
11. Economisch profiel	+	0	-
+ belangrijk/ 0 minder belangrijk/ - onbelangrijk			

Bron: Buck Consultants, 1997. In: Reijs et al., 2001

Dinteren (2008) geeft aan dat vooral de eerste twee factoren uit bovenstaande tabel kenmerkend zijn voor de gebiedskwaliteit op lokaal niveau. De volgende vier factoren de regionale aantrekkingskracht van de regio bepalen en de laatste vijf factoren bepalend zijn voor de internationale concurrentiekracht. De locatiekeuze is een afwegingsproces tussen verschillende factoren en geschikt

bevonden locaties. Hierbij hoeven niet alle factoren aanwezig te zijn. Overigens zijn er wel factoren die niet te compenseren zijn door andere factoren zoals een geschikte arbeidsmarkt en voldoende ruimte.

Locatiefactoren voor financiële en zakelijke diensten

De locatiefactoren die van belang zijn bij de vestiging van financiële en zakelijke diensten delen Rietbergen et al. (1990) in per ruimtelijk schaalniveau. Het belang van deze locatiefactoren is afhankelijk van het type dienstverlening, de grootte van de onderneming en bedrijfseconomische en markt ontwikkelingen.

Tabel B1.4 Locatiefactoren voor financiële en zakelijke dienstverlening op drie schaalniveaus

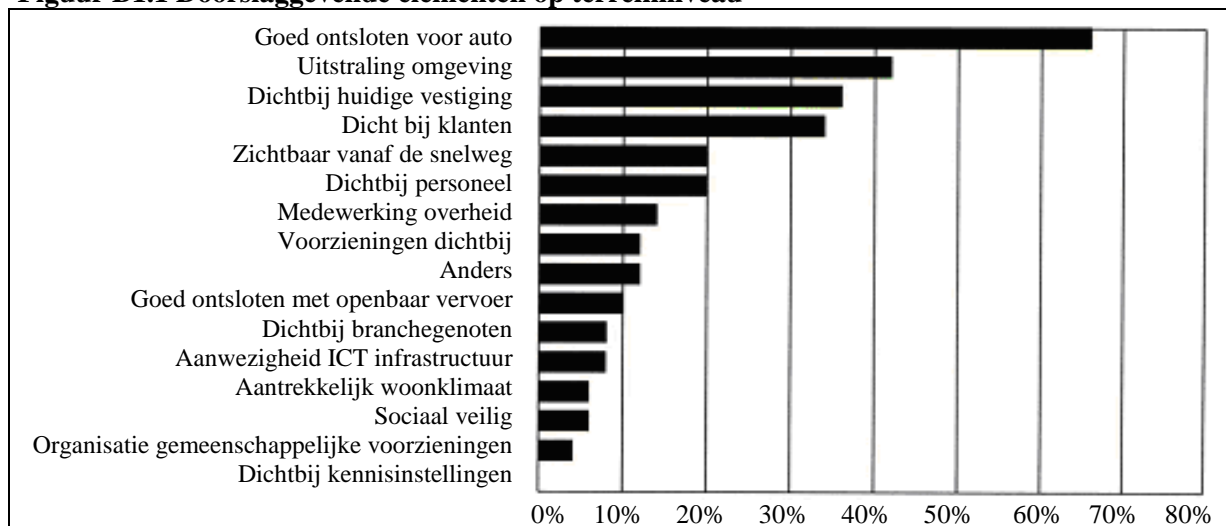
Binnen stedelijke zone = tussen wijken/ kernen	Binnen landen = tussen regio's	Binnen wereld = tussen landen (groepen)
<ul style="list-style-type: none"> Beschikbaarheid/ kosten huisvesting Uitbreidingsmogelijkheden Bereikbaarheid Prestige Telecommunicatie voorzieningen Arbeidsmarkt 	<ul style="list-style-type: none"> Agglomeratie voordelen Face-to-face contact Nabijheid van belangrijke klanten Internationale verbindingen Aanwezigheid gespecialiseerde arbeid Woon- en werkmilieu 	<ul style="list-style-type: none"> Differentiële productiekosten Afzetmarkt Verwachte marktgroei Ontwikkelingsniveau van de economie Beleid t.a.v. handel en vestiging

Bron: Rietbergen et al., 1990

Doorslaggevende factoren op terrein en gebouw niveau

Stec groep (2005) deed onderzoek naar “gebruikers van bedrijfsruimte”. Hierbij is onder meer gekeken naar de verhuisdynamiek van bedrijfsruimtegebruikers. Gevraagd werd naar de “elementen in de verhuisplannen die doorslaggevend waren voor de terrein en gebouw keuze”. “Meerdere factoren kunnen voor één bedrijf doorslaggevend zijn geweest, onderstaande percentages geven weer hoe de betreffende factor scoort ten opzichte van andere factoren”.

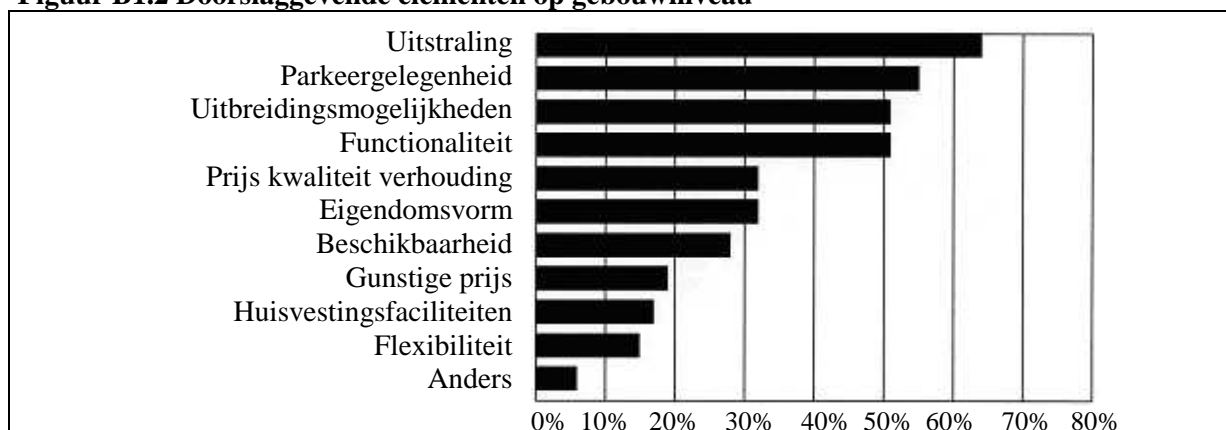
Figuur B1.1 Doorslaggevende elementen op terreinniveau



Bron: Stec, 2005

Stec (2005) concludeert uit deze figuur en vorige metingen dat “bedrijfsruimtegebruikers kritischer worden op kwaliteit en uitstraling van de omgeving” Verder wordt er meer waarde gehecht aan ‘onderscheidend vermogen ten opzichte van de concurrenten’, ‘imago’ en ‘nabijheid van klanten’. “Uitstraling van gebouw en omgeving hebben directe invloed op het imago en bekendheid van de organisatie”

Figuur B1.2 Doorslaggevende elementen op gebouwniveau



Bron: Stec, 2005

Locatiekeuze van midden en klein bedrijf

Noort et al., (1999) deden onderzoek naar de locatiekeuze van verschillende sectoren in het midden en klein bedrijf. In dit onderzoek is rekening gehouden met het onderscheid tussen factoren om de oude locatie te verlaten ('push factors'), te kiezen voor een nieuwe locatie ('pull factors') of te blijven op de huidige locatie ('keep factors'). Onderstaande gegevens tonen per sector het belang van verschillende locatiefactoren.

Tabel B1.5 Locatiefactoren van ondernemingen in verschillende sectoren

Vestigingsplaatsfactoren	Commerciële dienstverlening	Industrie	Groothandel	Transport
Commerciële omgeving				
• Aanwezigheid van leveranciers/ klanten	+	+	++	++
• Aanwezigheid van 'top' bedrijven (imago)	+	0	0	0
Bebouwde omgeving				
• Bereikbaarheid met auto en openbaarvervoer	++	++	++	++
• Kwaliteit en imago van bedrijfslocatie	++	+	+	+
• Oppervlakte van locatie (voldoende m2)	++	++	+	+
• Representatieve omgeving	++	+	0	0
Institutionele omgeving				
• (milieu) wetgeving	0	++	0	+
• stimuleringsmaatregelen	0	0	0	0

0 klein of geen belang/ + heeft invloed/ ++ belangrijk

Bron: EIM, 1998 in: Noort et al., 1999

Noort concludeert het volgende aan de hand van deze tabel:

- Belangrijke redenen om te kiezen voor een nieuwe locatie zijn: 'voldoende ruimte om te ontwikkelen' en 'bereikbaarheid'.
- De groothandel en transport bedrijven hechten veel waarde aan de 'nabijheid van leveranciers en klanten'.
- De institutionele omgeving en de wetgever in het bijzonder, heeft zeer weinig invloed op de locatiekeuze van bedrijven. De industriële sector is hier een uitzondering op.
- Menselijk kapitaal is een belangrijke 'keep factor' in de locatiekeuze. Zeker voor sectoren die om hoog gekwalificeerd personeel vragen zoals de diensten sector.

Push en pull factoren bij bedrijfsverplaatsingen

Buck Consultants (BCI) verrichte een bedrijfsmigratie onderzoek dat werd gebruikt voor de regeringsnota over ruimtelijk economisch beleid (Pellenburg, 2005). Figuur B1.8 vat de voornaamste redenen samen die ondernemingen noemen om de oude locatie te verlaten (push factoren). Figuur B1.9 somt op wat de voornaamste factoren waren om te kiezen voor de nieuwe locatie (pull-factoren)”

Tabel B1.6 Belangrijkste pushfactoren bij verplaatste bedrijven

Pushfactor	1 ^{ste} reden	2 ^{de} / 3 ^{de} reden
Ruimtegebrek	41,5 %	12,7 %
Bedrijfseconomische redenen	16,3 %	10,8 %
Bereikbaarheid/ ligging	10,2 %	24,9 %
Fusies/ overnames	6,5 %	1,8 %
Niet functionele huisvesting	4,9 %	11,8 %
Milieu eisen/ gemeentebeleid	4,6 %	5,9 %
Eigendomsvorm huisvesting	4,5 %	3,3 %
Hoge kosten	3,3 %	5,7 %
Representativiteit	2,3 %	13,8 %
Afstand woon werklocatie	2,3 %	3,9 %
Te ruime huisvesting	1,8 %	1,3 %
Parkeermogelijkheden	1,7 %	4,1 %
Totaal	100 %	100 %

Bron: BCI, 1998. In: Pellenburg 2005

Tabel B1.7 Belangrijkste pullfactoren bij verplaatste bedrijven

Pullfactor	1 ^{ste} reden	2 ^{de} / 3 ^{de} reden
Ruimtegebrek/ groeimogelijkheden	27,5 %	15,3 %
Marktligging	13,7 %	11,7 %
Bereikbaarheid	10,6 %	16,2 %
Regio gebonden	5,9 %	6,1 %
Fusie/ overname/ afsplitsing	5,7 %	0,8 %
Snel beschikbaar	5,7 %	3,2 %
Woon werkafstand	5,2 %	4,9 %
Prijs kwaliteitsverhouding	5,1 %	8,4 %
Representativiteit	4,7 %	12,2 %
Huisvestingsfaciliteiten	3,9 %	6,5 %
Nabij andere vestigingen	3,8 %	3,9 %
Totaal	100 %	100 %

Bron: BCI, 1998. In: Pellenburg 2005

Pellenburg (2005) concludeert aan de hand van deze tabel:

- De factor bedrijfsruimte is van groot belang, “zowel bij de beslissing te vertrekken als bij het zoeken naar een nieuwe locatie”.
- Ligging en bereikbaarheid is een belangrijke verhuisfactor.
- Representativiteit is een factor die “vaak een rol speelt” maar, “niet erg doorslaggevend is”.

“De factoren ruimte en bereikbaarheid zijn terug te vinden in alle onderzoeken naar bedrijfsmigratiemotieven sinds de jaren zeventig” (Pellenburg, 2005).

Bijlage 2. Ranglijsten Indonesië

In hoofdstuk 3 zijn een aantal ranglijsten genoemd die inzicht geven in het investeringsklimaat van Indonesië. Hieronder zijn de verschillende ranglijsten weergegeven.

De Wereldbank onderzoekt aan de hand van een aantal indicatoren hoe landen scoren op het gebied van regelgeving en eigendomsbescherming om zodoende een beeld te geven van het investeringsklimaat. Hieronder zijn de scores van Indonesië ten opzichte van 181 economieën weergegeven.

Tabel B2.1 Ranglijst ondernemen in Indonesië

Gemak van ondernemen (rang)	129	BNI per inwoner (US\$)	1,650
		Bevolking (miljoen)	225,6
Onderneming (rang)	171	Beschermen investeerders (rang)	53
Procedures (aantal)	11	Openbaarmaking index (0-10)	9
Tijd (dagen)	76	Aansprakelijkheid bestuurder (0-10)	5
		Gemak aandeelhouders index (0-10)	3
Bouwvergunningen (rang)	80	Kracht investeringsbescherming (0-10)	5.7
Procedures (aantal)	18		
Tijd (dagen)	176	Belasting betalen (rang)	116
		Betaling (aantal per jaar)	51
Werknemers (rang)	157	Tijd (uren per jaar)	266
Moelijkheid van inhuren index (0-100)	61	Totaal belasting (% van winst)	37.3
Rigiditeit van uren index (0-100)	0		
Moelijkheid van ontslaan index (0-100)	60	Grensoverschrijdende handel (rang)	37
Rigiditeit van werknemers (0-100)	40	Export documenten (aantal)	5
		Tijd om te exporteren (dagen)	21
Eigendomsregistratie (rang)	107	Kosten van exporten (US\$ container)	704
Procedures (aantal)	6	Import documenten (aantal)	6
Tijd (dagen)	39	Tijd om te importeren (dagen)	27
		Kosten van importen (US\$ container)	660
Credit verschaffing (rang)	109	Contract handhaving	140
Kracht wettelijke rechten index (0-10)	3	Procederen (aantal)	39
Diepte kredietinformatie index (0-6)	4	Tijd (dagen)	570
Sluiten van onderneming	139		
Tijd (jaren)	5.5		

Bron: World Bank et al., 2009

De 'Heritage Foundation' index geeft inzicht in de economische vrijheid van landen. Hieronder zijn de scores van Indonesië weergegeven.

Tabel B2.2 Index van tien economische vrijheden in Indonesië

Wereld rang: 131 van 183				Regionale rang: 27 van 41	
▼ 46.7	Zakelijke vrijheid	Gem. 64.3	— 30.0	Investeringsvrijheid	Gem. 48.8
▲ 76.4	Handelsvrijheid	Gem. 73.2	— 40.0	Financiële vrijheid	Gem. 49.1
▲ 77.5	Fiscale vrijheid	Gem. 74.9	— 30.0	Eigendomsrechten	Gem. 44.0
▼ 88.0	Overheidsomvang	Gem. 65.0	▼ 23.0	Vrijheid van corruptie	Gem. 40.3
▲ 71.6	Monetaire vrijheid	Gem. 74.0	▲ 50.9	Arbeidsvrijheid	Gem. 61.3

Bron: Miller & Holmes, 2009

Het World economic forum onderzoekt de factoren die van belang zijn voor “nationale economieën om duurzame economische groei te realiseren en welvaart op de lange termijn te creëren” (Porter & Schwab, 2008). Deze ranglijst is gebaseerd op instituties, beleid en factoren die de productiviteit en daarmee het concurrentievermogen van een land bepalen. De twaalf scores die hieronder zijn weergegeven zijn ieder opgebouwd uit tientallen indicatoren.

Tabel B2.3 Wereldwijde concurrentie index

	Rang (134 landen)	Score (1-7)
Rang 2008-2009	55	4.3
Rang 2007-2008 (van de 131)	54	4.2
Rang 2006 –2007 (van de 122)	54	4.2
Basisvoorwaarden	76	4.3
1. Instituties	68	3.9
2. Infrastructuur	86	3.0
3. Macro economische stabiliteit	72	4.9
4. Gezondheid en basis onderwijs	87	5.3
Efficiëntie	49	4.3
5. Hoger onderwijs en training	71	3.9
6. Goederen marktefficiëntie	37	4.7
7. Arbeidsmarkt efficiëntie	43	4.6
8. Verfijnde financiële markt	57	4.5
9. Technologische implementatie	88	3.0
10. Marktomvang	17	5.1
Innovatie en raffinement factoren	45	4.0
11. Zakelijke verfijndheid	39	4.5
12. Innovatie	47	3.4

Bron: Porter & Schwab, 2008

Bijlage 3. Nederlandse investering in Indonesië

In deze bijlagen is ‘het totaal *aantal keer* dat er door verschillende Nederlandse ondernemingen in een specifieke sector is geïnvesteerd’ weergegeven. De BKPM heeft hiervoor een lijst met investeringsrealisaties in Indonesië vanuit Nederland ter beschikking gesteld. Op deze lijst staan 207 ondernemingen (opgrond van handelsnaam) die 260 keer geïnvesteerd hebben in 87 verschillende (specifieke) sectoren.

Er zijn dus meerdere ondernemingen die in een sector hebben geïnvesteerd en een onderneming kan ook in meerdere sectoren investeren. Meerdere investeringen door één onderneming in één specifieke sector zijn echter buiten beschouwing gelaten. Wel is weergegeven wanneer een onderneming in meerdere specifieke sectoren binnen een sector groep investeert. Dit gebeurt overigens niet vaak. Er is niet achterhaald of er ondernemingen zijn die onder verschillende handelsnamen investeren. De gegevens verschaffen geen informatie over de omvang en aard van de investeringen. Wel wordt inzichtelijk hoeveel verschillende ondernemingen actief zijn binnen een specifieke sector.

De lijst met Nederlandse investeringen in Indonesië in figuur B3.1 is een samenvoeging van de gegevens ‘BKPM, Dutch investment in Indonesia 1990-feb2008’ en ‘ISIC Rev 3.1 Code Description, 2002’ (deze lijst is Engelstalig). In hoofdstuk 4.2 is aangegeven dat er tijdens de selectie van ondernemingen voor het interviewprogramma, rekening gehouden is met de vertegenwoordiging van sectoren waar veel ondernemingen in investeren. Om aan te geven om welke sectoren het hier gaat zijn de specifieke sectoren waar meer dan tien verschillende ondernemingen in hebben geïnvesteerd dikker gedrukt.

Tabel B3.1 Nederlandse investeringen in Indonesië

Omschrijving: Section, Division, Group, Class, Description	Aantal
Aantal investeringen door verschillende ondernemingen per sector	260
Section A Agriculture, hunting and forestry	6
Division 01 Agriculture, hunting and related service activities	6
- 011 Growing of crops; market gardening; horticulture	6
o 0112 Growing of vegetables, horticultural specialties and nursery products	2
o 0113 Growing of fruit, nuts, beverage and spice crops	4
Division 02 Forestry, logging and related service activities	0
Section B Fishing	1
Division 05 Fishing, operation of fish hatcheries and fish farms; service activities incidental to fishing	1
- 050 Fishing, aquaculture and service activities incidental to fishing	1
Section C Mining and quarrying	3
Division 10 Mining of coal and lignite; extraction of peat	2
- 101 1010 Mining and agglomeration of hard coal	1
- 102 1020 Mining and agglomeration of lignite	1
Division 11 Extraction of crude petroleum and natural gas; service activities incidental to oil and gas extraction, excluding surveying	1
- 112 1120 Service activities incidental to oil and gas extraction excluding surveying	1
Division 12 Mining of uranium and thorium ores	0
Division 13 Mining of metal ores	0
Division 14 Other mining and quarrying	0
Section D Manufacturing	88
Division 15 Manufacture of food products and beverages	28
- 151 Production, processing and preservation of meat, fish, fruit, vegetables, oils and fats	5
o 1513 Processing and preserving of fruit and vegetables	3
o 1514 Manufacture of vegetable and animal oils and fats	2
- 152 1520 Manufacture of dairy products	6
- 153 Manufacture of grain mill products, starches and starch products, and prepared animal feeds	2
o 1531 Manufacture of grain mill products	1
o 1532 Manufacture of starches and starch products	1
- 154 Manufacture of other food products	9

o 1541 Manufacture of bakery products	1
o 1543 Manufacture of cocoa, chocolate and sugar confectionery	2
o 1544 Manufacture of macaroni, noodles, couscous and similar farinaceous products	1
o 1549 Manufacture of other food products n.e.c.	5
- 155 Manufacture of beverages	6
o 1553 Manufacture of malt liquors and malt	2
o 1554 Manufacture of soft drinks; production of mineral waters 4	4
Division 16 Manufacture of tobacco products	1
- 160 1600 Manufacture of tobacco products	1
Division 17 Manufacture of textiles	0
Division 18 Manufacture of wearing apparel; dressing and dyeing of fur	0
Division 19 Tanning and dressing of leather; manufacture of luggage, handbags, saddlery, harness and footwear	1
- 191 Tanning and dressing of leather; manufacture of luggage, handbags, saddlery and harness	1
o 1911 Tanning and dressing of leather	1
- 192 1920 Manufacture of footwear	1
Division 20 Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials	1
- 202 Manufacture of products of wood, cork, straw and plaiting materials	1
o 2022 Manufacture of builders' carpentry and joinery	1
Division 21 Manufacture of paper and paper products	5
- 210 Manufacture of paper and paper products	5
o 2101 Manufacture of pulp, paper and paperboard	5
Division 22 Publishing, printing and reproduction of recorded media	0
Division 23 Manufacture of coke, refined petroleum products and nuclear fuel	1
- 232 2320 Manufacture of refined petroleum products	1
Division 24 Manufacture of chemicals and chemical products	20
- 241 Manufacture of basic chemicals	10
o 2411 Manufacture of basic chemicals, except fertilizers and nitrogen compounds	8
o 2413 Manufacture of plastics in primary forms and of synthetic rubber	2
- 242 Manufacture of other chemical products	10
o 2421 Manufacture of pesticides and other agro-chemical products	1
o 2422 Manufacture of paints, varnishes and similar coatings, printing ink and mastics	2
o 2423 Manufacture of pharmaceuticals, medicinal chemicals and botanical products	2
o 2424 Manufacture of soap and detergents, cleaning and polishing preparations, perfumes and toilet preparations	2
o 2429 Manufacture of other chemical products n.e.c.	3
Division 25 Manufacture of rubber and plastics products	4
- 252 2520 Manufacture of plastics products	4
Division 26 Manufacture of other non-metallic mineral products	1
- 269 Manufacture of non-metallic mineral products n.e.c.	1
o 2695 Manufacture of articles of concrete, cement and plaster	1
Division 27 Manufacture of basic metals	1
- 271 2710 Manufacture of basic iron and steel	1
Division 28 Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment	2
- 281 Manufacture of structural metal products, tanks, reservoirs and steam generators	2
o 2811 Manufacture of structural metal products	2
Division 29 Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	5
- 291 Manufacture of general purpose machinery	2
o 2913 Manufacture of bearings, gears, gearing and driving elements	1
o 2915 Manufacture of lifting and handling equipment	1
- 292 Manufacture of special purpose machinery	3
o 2922 Manufacture of machine-tools	1
o 2924 Manufacture of machinery for mining, quarrying and construction	1
o 2926 Manufacture of machinery for textile, apparel and leather production 1	1
Division 30 Manufacture of office, accounting and computing machinery	0
Division 31 Manufacture of electrical machinery and apparatus n.e.c.	2
- 313 3130 Manufacture of insulated wire and cable	1

- 315 3150 Manufacture of electric lamps and lighting equipment	1
Division 32 Manufacture of radio, television and communication equipment and apparatus	2
- 323 3230 Manufacture of television and radio receivers, sound or video recording or reproducing apparatus, and associated goods	2
Division 33 Manufacture of medical, precision and optical instruments, watches and clocks	2
- 331 Manufacture of medical appliances and instruments and appliances for measuring, checking, testing, navigating and other purposes, except optical instruments	1
o 3311 Manufacture of medical and surgical equipment and orthopaedic appliances	1
- 332 3320 Manufacture of optical instruments and photographic equipment	1
Division 34 Manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers	1
- 341 3410 Manufacture of motor vehicles	1
Division 35 Manufacture of other transport equipment	1
- 359 Manufacture of transport equipment n.e.c.	1
o 3591 Manufacture of motorcycles	1
Division 36 Manufacture of furniture; manufacturing n.e.c.	11
- 361 3610 Manufacture of furniture	9
- 369 Manufacturing n.e.c.	2
o 3699 Other manufacturing n.e.c.	2
Division 37 Recycling	0
Section E Electricity, gas and water supply	2
Division 40 Electricity, gas, steam and hot water supply	1
- 401 4010 Production, transmission and distribution of electricity	1
Division 41 Collection, purification and distribution of water	1
- 410 4100 Collection, purification and distribution of water	1
Section F Construction	13
Division 45 Construction	13
- 452 4520 Building of complete constructions or parts thereof; civil engineering	11
- 453 4530 Building installation	2
Section G Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles, motorcycles and personal and household goods	73
Division 50 Sale, maintenance and repair of motor vehicles and motorcycles; retail sale of automotive fuel	1
- 501 5010 Sale of motor vehicles 1	1
Division 51 Wholesale trade and commission trade, except of motor vehicles and motorcycles	67
- 511 5110 Wholesale on a fee or contract basis	1
- 512 Wholesale of agricultural raw materials, live animals, food, beverages and tobacco	15
o 5121 Wholesale of agricultural raw materials and live animals	3
o 5122 Wholesale of food, beverages and tobacco	12
- 513 Wholesale of household goods	16
o 5131 Wholesale of textiles, clothing and footwear	4
o 5139 Wholesale of other household goods	12
- 514 Wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap	5
o 5143 Wholesale of construction materials, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	4
o 5149 Wholesale of other intermediate products, waste and scrap 1	1
- 515 Wholesale of machinery, equipment and supplies (5150)	6
- 519 5190 Other wholesale	25
Division 52 Retail trade, except of motor vehicles and motorcycles; repair of personal and household goods	4
- 521 Non-specialized retail trade in stores	4
o 5211 Retail sale in non-specialized stores with food, beverages or tobacco predominating 3	2
o 5219 Other retail sale in non-specialized stores	2
Section H Hotels and restaurants	5
Division 55 Hotels and restaurants	5
- 551 5510 Hotels; camping sites and other provision of short-stay accommodation	2
- 552 5520 Restaurants, bars and canteens	3

Section I Transport, storage and communications	11
Division 60 Land transport; transport via pipelines	1
- 602 Other land transport	1
o 6023 Freight transport by road	1
Division 61 Water transport	0
Division 62 Air transport	0
Division 63 Supporting and auxiliary transport activities; activities of travel agencies	5
- 630 Supporting and auxiliary transport activities; activities of travel agencies	5
o 6303 Other supporting transport activities 1	1
o 6304 Activities of travel agencies and tour operators; tourist assistance activities n.e.c.	3
o 6309 Activities of other transport agencies 1	1
Division 64 Post and telecommunications	5
- 642 6420 Telecommunications	5
Section J Financial intermediation	0
Division 65 Financial intermediation, except insurance and pension funding	0
Division 66 Insurance and pension funding, except compulsory social security	0
Division 67 Activities auxiliary to financial intermediation	0
Section K Real estate, renting and business activities	50
Division 70 Real estate activities	2
- 701 7010 Real estate activities with own or leased property	2
Division 71 Renting of machinery and equipment without operator and of personal and household goods	0
Division 72 Computer and related activities	6
- 721 7210 Hardware consultancy	1
- 722 Software publishing, consultancy and supply	3
- 725 7250 Maintenance and repair of office, accounting and computing machinery	1
- 729 7290 Other computer related activities	1
Division 73 Research and development	0
Division 74 Other business activities	42
- 741 Legal, accounting, book-keeping and auditing activities; tax consultancy; market research and public opinion polling; business and management consultancy	28
o 7412 Accounting, book-keeping and auditing activities; tax consultancy	1
o 7413 Market research and public opinion polling 1	1
o 7414 Business and management consultancy activities	26
- 742 Architectural, engineering and other technical activities	12
o 7421 Architectural and engineering activities and related technical consultancy	10
o 7422 Technical testing and analysis	2
- 749 Business activities n.e.c.	2
7492 Investigation and security activities	2
Section L Public administration and defence; compulsory social security	0
Division 75 Public administration and defence; compulsory social security	0
Section M Education	1
Division 80 Education	1
- 809 8090 Other education 1	1
Section N Health and social work	2
Division 85 Health and social work	2
- 851 Human health activities	1
o 8519 Other human health activities	1
- 853 Social work activities	1
o 8531 Social work activities with accommodation	1
Section O Other community, social and personal service activities	6
Division 90 Sewage and refuse disposal, sanitation and similar activities	0
Division 91 Activities of membership organizations n.e.c.	0
Division 92 Recreational, cultural and sporting activities	0
- 924 Sporting and other recreational activities	6
o 9241 Sporting activities	1

○ 9249 Other recreational activities	5
Division 93 Other service activities	0
Section P Activities of private households as employers and undifferentiated production activities of private households	0
Division 95 Activities of private households as employers of domestic staff	0
Division 96 Undifferentiated goods-producing activities of private households for own use	0
Division 97 Undifferentiated service-producing activities of private households for own use	0
Section Q Extra-territorial organizations and bodies	0
Division 99 Extra-territorial organizations and bodies	0

Bron: ISIC, 2002 & BKPM, 2008

Door de 14 ondernemingen (die geïnterviewd zijn en op de BKPM lijst voorkomen) is 22 keer geïnvesteerd in 14 verschillende (specifieke) sectoren. In de tabel hieronder is weergegeven in welke sectoren dat zijn.

Tabel B 3.2 Sectoren waar de geïnterviewde ondernemingen in investeren

Aantal keer geïnvesteerd door verschillende ondernemingen per sector	22
Section D Manufacturing	5
Division 15 Manufacture of food products and beverages	3
- 152 1520 Manufacture of dairy products	1
- 154 1549 Manufacture of other food products n.e.c.	1
- 155 1553 Manufacture of malt liquors and malt	1
Division 24 Manufacture of chemicals and chemical products	1
- 241 2413 Manufacture of plastics in primary forms and of synthetic rubber	1
Division 31 Manufacture of electrical machinery and apparatus n.e.c.	1
- 315 3150 Manufacture of electric lamps and lighting equipment	1
Section F Construction	1
Division 45 Construction	1
- 452 4520 Building of complete constructions or parts thereof; civil engineering	1
Section G Wholesale and retail trade;	7
Division 51 Wholesale trade and commission trade	7
- 512 5122 Wholesale of food, beverages and tobacco	3
- 515 Wholesale of machinery, equipment and supplies	1
- 519 5190 Other wholesale	2
Section I Transport, storage and communications	1
Division 64 Post and telecommunications	1
- 642 6420 Telecommunications	1
Section K Real estate, renting and business activities	7
Division 72 Computer and related activities	1
- 725 7250 Maintenance and repair of office, accounting and computing machinery	1
Division 74 Other business activities	6
- 741 7414 Business and management consultancy activities	3
- 742 7421 Architectural and engineering activities and related technical consultancy	3
Section O Other community, social and personal service activities	1
Division 92 Recreational, cultural and sporting activities	1
- 924 9249 Other recreational activities	1

Bron: ISIC, 2002 & BKPM, 2008

Bijlage 4. Toelichting op interviews

In deze bijlagen is een toelichting gegeven op de verschillende interviews die zijn afgenomen in Indonesië. Per groep van respondenten is aangegeven op welke manier het interview heeft plaatsgevonden en tot welk inzicht de vragen moesten leiden. Bij de meeste interviews is gebruik gemaakt van een vragenlijst. Bij andere is gebruik gemaakt van een lijst met onderwerpen of had het interview een volledig open karakter.

Toelichting interview Ondernemingen

Voorafgaand aan de interviews, is via de internetsite van de betreffende onderneming of organisatie achtergrondinformatie verzameld. Daarbij is gezocht naar de geschiedenis van de onderneming en in het bijzonder die in Indonesië. Verder is getracht voorafgaand aan het interview een algemeen beeld te krijgen van de onderneming door te kijken naar de soort bedrijfsactiviteiten en de omvang van de onderneming.

Deze vragenlijst geeft structuur aan het interview door de onderwerpen te benoemen die besproken worden tijdens de interviews. Tijdens de interviews wordt door gevraagd op de antwoorden die gegeven worden. De eerste vragen van de lijst geven een algemeen beeld van de onderneming en de respondent. De vragen die daar op volgen gaan in op het locatiekeuzep proces en specifiek op onderdelen daarvan. Veel ondernemingen zijn al tientallen jaren geleden gevestigd in Indonesië, hierdoor is het niet altijd mogelijk om de toenmalige oprichter te interviewen. Waar normaal de vraagstelling gericht is op “wat waren de redenen toen” richt de vraagstelling zich dan op “wat zijn de redenen nu (om te blijven)”.

Vragenlijst interview ondernemingen

Naam organisatie:

Naam/ functie respondent:

Datum interview:

Algemene vragen

Geschiedenis en bedrijfsactiviteiten van de organisatie in Indonesië.

Sinds wanneer is de organisatie actief in Indonesië? In welk jaar is er een vestiging geopend? (Indien mogelijk vragen naar andere bedrijfsgegevens zoals; tussentijdse verhuizingen, samenwerkingsverbanden en aandelen verdeling)

Deze vraag en vervolgvragen hierop zijn gesteld om een beeld te krijgen van de geschiedenis van de onderneming in Indonesië. Het geeft inzicht in de wijze waarop de onderneming tot stand is gekomen en welke veranderingen er zijn geweest ten opzichte van de vestigingslocatie.

Sinds wanneer bent u werkzaam voor deze organisatie? Sinds wanneer werkzaam in Indonesië voor deze organisatie?

De functie van de respondent geeft iets aan over de kennis van deze persoon over de organisatie. Voor het gedetailleerd beantwoorden van vragen die betrekking hebben op ‘locatiekeuzes in het verleden’, is het belangrijk dat de respondent keuzes heeft gemaakt omtrent de locatiekeuze of er dichtbij betrokken was. Middels deze vraag wordt een beeld geschetst van de respondent en daarmee de validiteit van de antwoorden.

Welke andere vestigingslocaties zijn er in Indonesië? Welke functie heeft iedere afzonderlijke locatie?

Middels bovenstaande vraag wordt achterhaald welke vestigingen er zijn in Indonesië en welke functies deze hebben binnen de organisatie. Door deze vraag kunnen volgende vragen in het interview specifiek gesteld worden voor een bepaalde vestigingslocatie. Mogelijk zijn vestigingsplaatsfactoren hierdoor in relatie te brengen met een bepaalde functie van een vestigingslocatie binnen de organisatie.

Zijn de bedrijfsactiviteiten in Indonesië afhankelijk van (verbonden aan) bedrijfsactiviteiten in Nederland of andere vestigingen in de wereld? (Bijvoorbeeld; in/export grondstoffen, kennis uitwisseling, financiële afhankelijkheid)

Deze vraag en vervolgvragen, richten zich op de bedrijfsactiviteiten van de onderneming in Indonesië en de uitwisseling met andere vestigingen in de wereld. Hierdoor ontstaat meer inzicht in de functie die de vestiging in Indonesië in neemt ten opzicht van (eventuele) andere vestigingen in de wereld. Hopelijk wordt hierdoor duidelijk of de keuze van een vestiging in Indonesië in relatie gebracht kan worden met andere vestigingen in de wereld of het ontbreken hiervan. Het gaat dan om de locatiekeuze op het hoogste ruimtelijke schaalniveau; de keuze tussen en/of voor een land.

Locatiekeuze

Keuze op basis van drie niveaus; land, regio en vestigingslocatie

Wat waren de voornaamste redenen om de organisatie te vestigen in Indonesië (1), de gekozen regio (2) en de uiteindelijke vestigingslocatie (3)?

(Indien mogelijk en van toepassing vragen naar de rol van; lagere kosten van arbeid, productie en energie, import beperkingen, nieuwe/ grotere afzet markt, winstmogelijkheden, aanwezigheid grondstoffen, aanwezige arbeidsmarkt, soort bedrijvigheid in Indonesië, aanwezige infrastructuur, gunstig belastingklimaat etc. in deze beslissing)

Hierdoor ontstaat kennis over de vestigingsplaatsfactoren die voor Nederlandse ondernemingen in Indonesië van belang zijn bij de locatiekeuze op verschillende ruimtelijke schaalniveaus. Mogelijke verschillen tussen factoren op verschillende schaalniveaus worden bekend. Ook dient deze vraag om meer inzicht te krijgen over het belang dat wordt gehecht aan de verschillende factoren. Indien een onderneming meerdere vestigingen heeft wordt deze vraag gesteld per vestiging. Mogelijk zijn vestigingsplaatsfactoren hierdoor in relatie te brengen met een bepaalde functie van een vestigingslocatie binnen de organisatie.

Welke rol heeft de BKPM (overheidsinstelling voor buitenlandse investeerders) en overheidsregelgeving gespeeld bij de keuze te investeren in Indonesië?

(Indien mogelijk en van toepassing vragen naar, invloed op vestigingslocatie, stimulerende of beperkende maatregelen, invloed op soort en hoeveelheid bedrijfsactiviteiten en veranderingen door de jaren heen)

Deze vraag geeft inzicht in de rol die de BKPM speelt of zou kunnen spelen bij de locatiekeuze. Mogelijk verandert de locatiekeuze door stimuleringsmaatregelen, promotieacties of belemmeringen vanuit de BKPM of overheidsregelgeving. Daarnaast wordt gekeken naar mogelijke veranderingen hiervan in de tijd.

Welke rol vervult de INA (Indonesische Nederlandse Associatie, KvK) bij de keuze te investeren in Indonesië en de keuze voor een vestigingslocatie?

(Indien mogelijk en van toepassing vragen naar; op welke manier er contact is met de INA en om welke adviezen er een beroep op de INA wordt gedaan)

Deze vraag geeft in eerste instantie inzicht in de mate van betrokkenheid van de INA bij de onderzocht ondernemingen. Indien dit het geval is, wordt achterhaald op welke wijze dit gebeurt. Bijvoorbeeld in de vorm van een lidmaatschap of door gebruik te maken van INA diensten. Vervolgens dient duidelijk te worden wat de INA betekent of had kunnen betekenen voor de locatiekeuze van de onderneming.

Welke organisaties zijn betrokken geweest bij de keuzen te investeren in Indonesië? Welke rol hebben deze hierin vervuld?

(Indien mogelijk en van toepassing vragen naar; overheidsinstanties, milieubewegingen, Nederlandse organisaties, promotie bureaus, handelskantoren, etc.)

Hiermee wordt inzichtelijk of er organisaties betrokken zijn bij de locatiekeuze van de onderneming. Mogelijk dat ondernemingen toenadering zoeken bij organisaties bij het maken van een locatiekeuze of dat deze hierdoor benaderd wordt. Waar dit gebeurt, wordt achterhaald op welke manier dit gebeurt en welke rol of invloed dit heeft op de locatiekeuze.

*Is het voor de locatiekeuze van belang om in de nabijheid van andere organisaties, instanties, ondernemingen of diensten te vestigen? (Welk belang heeft de onderneming hierbij?)
(Indien mogelijk en van toepassing aanvullen met; (juridisch) adviseurs, laboratorium, overheden, lucht/scheepshaven, banken, handelspartners)*

In enkele locatietheorieën wordt gesproken over agglomeratie voordelen. Deze voordelen ontstaan in een gebied waar veel (gelijksoortige) ondernemingen zijn gevestigd. Opvallend is dat er veel ondernemingen zich in Jakarta hebben gevestigd. Deze vraag moet inzicht geven in 'het belang dat ondernemingen toeschrijven aan de aanwezigheid van andere ondernemingen in hun nabijheid' en om welke (soort) ondernemingen het hier dan gaat. Gezocht wordt naar verschillen en overeenkomsten in de antwoorden. Mogelijk is er een relatie te leggen met het type onderneming of is er een bepaald soort onderneming waarbij iedereen in de nabijheid wil zijn.

Welke keuze maakt de concurrentie voor zijn vestigingsplaats? Maak hierbij onderscheid tussen concurrenten die op wereldschaal en alleen lokaal actief zijn en de keuze voor welk land, regio en vestigingslocatie)

Door te vragen naar de locatiekeuze van concurrenten wordt er meer bekend over de omvang van de concurrentie en kunnen locatiekeuzes van ondernemingen in een zelfde industrie met elkaar worden vergeleken. Mogelijk geeft dit inzicht in verschillen en overeenkomsten tussen de locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen en die van hun concurrenten. Wellicht is hier dan ook een verklaring voor te vinden.

*Welke veranderingen ten gunsten van de onderneming en/of het investeringsklimaat in Indonesië ziet de onderneming graag voor de toekomst?
(Indien mogelijk en van toepassing aanvullen met; veranderingen op het gebied van infrastructuur, regelgeving)*

Indonesië maakt de laatste jaren grote veranderingen door. Hierdoor hebben zich veel ondernemingen gevestigd in Indonesië maar zijn er ook veel weer vertrokken. Mogelijk dat er factoren worden genoemd die van groot of cruciaal belang zijn voor de locatiekeuze. Factoren die er voor zorgen dat een onderneming in de toekomst andere locatiekeuzes maakt.

Wat zou een mogelijke andere vestigingsplaats voor de organisatie kunnen zijn? Zowel de keuze voor een ander land als regio en vestigingslocatie?

De keuze voor een andere vestigingsplaats geeft aan welke vestigingsplaatsfactoren nu van belang zijn bij een verhuizing. Door de huidige vestigingsplaats te vergelijken met de nieuw te kiezen vestigingsplaats wordt mogelijk duidelijk op grond van welke factoren gebieden met elkaar concurreren. Daarmee ontstaat inzicht in de waarde van de verschillende factoren en welke van doorslag gevend belang zijn bij de locatiekeuze.

Wat zou een reden zijn om te kiezen voor een andere vestigingsplaats? Zowel de keuze voor een ander land als regio en vestigingslocatie.

Mogelijk geeft deze vraag inzicht in de factoren die van groot of cruciaal belang zijn voor de locatiekeuze. Factoren die er voor zorgen dat een onderneming in de toekomst andere locatiekeuzes maakt. De genoemde redenen zouden ook een voorspellende waarde kunnen hebben voor het locatiegedrag van ondernemingen in de toekomst.

*Welke gevolgen heeft het decentraliseren van de overheid in Indonesië?
(Indien mogelijk en van toepassing vragen naar; gevolgen voor de locatiekeuze van het bedrijf, een mogelijke verplaatsingen van andere ondernemingen binnen Indonesië naar andere regio's of steden en economische spreiding/ontwikkelingen binnen Indonesië en regio's)*

Door de decentralisatie in Indonesië krijgen lagere overheden meer mogelijkheden om zelf beleid voor buitenlandse investeringen te maken. Deze vraag moet inzichtelijk maken welke gevolgen dit 'kan' hebben voor de locatiekeuze van Nederlandse ondernemingen. Nu zijn veel ondernemingen gevestigd in Jakarta, mogelijk verandert dit hierdoor.

Zijn lokale overheden betrokken bij de keuze voor een vestigingslocatie?

Naar verwachting spelen lokale overheden een rol op het ruimtelijke schaalniveau van de regio of vestigingslocatie. Deze vraag moet inzichtelijk maken of en op welke wijze lokale overheden betrokken zijn bij de locatiekeuze. Door de decentralisatie krijgen lager overheden meer mogelijkheden om buitenlandse investeringen aan te trekken. Mogelijk heeft dit gevolgen voor toekomstige locatiekeuzes.

Toelichting interview adviseur

In Indonesië is één open interview geweest met een bedrijfsadviseur. Dit contact kwam tot stand door een toevallige ontmoeting. Door het open karakter van het interview kon gesproken worden over onderwerpen die een meer algemeen beeld geven over ‘buitenlandse investeringen en de locatiekeuze in Indonesië’. Specifieke voorbeelden uit de praktijk gaven hierbij een verdere verduidelijking tijdens het interview. Voorafgaand aan dit interview is geen vragenlijst opgesteld. De volgende onderwerpen zijn besproken tijdens dit interview, clustering en specialisatie van ondernemingen, locatiekeuze, indirecte kosten, decentralisatie, concurrentiekracht van Jakarta, BKPM, in en uitvoer, en (potentiële) markten.

Toelichting interview UGM

Tijdens het interview programma in Indonesië is twee maal een bezoek gebracht aan de Gadjah Mada Universiteit in Jogjakarta. Tijdens deze gesprekken is getracht meer inzicht te krijgen in, de invloed van economische verschijnselen en wetswijzigingen op regionale ontwikkeling en locatiekeuze van ondernemingen.

De volgende thema's zijn hiervoor uitvoerig besproken met enkele professoren aan de UGM.

- De gevolgen van decentralisatie voor de regionale ontwikkeling van regio's.
 - De ondersteuning van de BKPM aan districten bij de implementatie van de decentralisatie.
 - Welk beleid voeren lokale overheden ten opzichte van buitenlandse investeerders en welke gevolgen heeft dit voor de regio's.
- De gevolgen van decentralisatie voor de locatiekeuze van ondernemingen.
 - Welke invloed heeft het beleid van lokale overheden op de locatiekeuze van ondernemingen en hoe verhoudt dit zich tot ander locatiefactoren.
 - Eventuele gevolgen voor de locatie van hoofdkantoren in Jakarta.
 - Voor welk type onderneming is lokaal overheidsbeleid erg belangrijk voor de locatiekeuze.

Toelichting interview INA en FCGI

Het interview met medewerkers van de INA en FCGI vond plaats op hetzelfde moment. Dit komt doordat de FCGI uit vijf partijen bestaat waaronder de INA en op dezelfde locatie gevestigd is. De vragen die tijdens dit interview zijn gesteld kwamen deels van een vooraf samengestelde lijst en deels uit vragen die tijdens het interview naar voren kwamen. Hieronder de lijst met onderwerpen die voorafgaand aan het interview is samenstelt.

- Algemene omschrijving van de organisatie.
 - Doel, geschiedenis, omvang (aantal werknemers en leden).
 - Aantal locaties in Nederland in Indonesië.
- Samenwerking met andere (overheids) instanties op het gebied van buitenlandse investeringen.
 - Samenwerking met welke instanties, in Nederland en Indonesië.
 - Welke activiteiten worden er op dit gebied ondernomen.
- Welke rol denken ze te spelen in het locatiekeuzeproses van ondernemingen.
 - Welke adviezen worden er aangeboden en op welke manier.
 - Op welke ruimtelijke schaalniveaus.
 - Op welke manier bevordert het buitenlandse investeringen.
- Op welke manier dragen zij bij aan de verbetering van het vestigingsklimaat.
 - Wat gebeurt er op het gebied van anti corruptie, bureaucratie en corporate governance.
- Welke rol speelt de BKPM in het locatiekeuzeproses van ondernemingen.
 - Welke belemmeringen of stimuleringsmaatregelen zijn er voor ondernemingen.

Toelichting interview BKPM

Tijdens het interview met enkele medewerkers van de BKPM is gesproken over de activiteiten die de BKPM onderneemt op het gebied van buitenlandse investeringen. Het interview moet meer inzicht geven in de activiteiten die buitenlandse investeringen stimuleert of beperkt. Daarnaast wordt gevraagd naar maatregelen die de ruimtelijke spreiding van ondernemingen moet sturen.

Voorafgaande aan het interview zijn hiervoor de volgende vragen geformuleerd.

- Welke promotionele acties onderneemt de BKPM ter stimulering van buitenlandse investeringen.
- Zijn er specifieke promotionele acties gericht op Nederlandse investeerders.
- Welke plannen zijn er om in de toekomst buitenlandse investeerders aan te trekken.
- Zijn er speciale activiteiten die zich richten op het aantrekken van een bepaalde industrie of soort ondernemingen.
- Zijn er speciaal geselecteerde landen waar de BKPM meer investeringspotentieel mee heeft .
- Stimuleert de BKPM bestaande buitenlandse investeerders om meer te investeren en informeerde de BKPM daarbij over potentiële markten.
- Probeert de BKPM bedrijven aan te trekken naar specifieke gebieden.
- Probeert de BKPM bepaalde industrieën naar bepaalde gebieden te krijgen.
- Welke aantrekkingskracht heeft de 'free zone' op buitenlandse investeringen.
- Werkt de BKPM samen met andere organisaties ter bevordering van buitenlandse investeringen in Indonesië.
- Welke activiteiten worden er ondernomen te bescherming van de eigen economie.
- Welke gevolg heeft de decentralisatie in Indonesië op de aantrekking op buitenlandse investeerders in de verschillende gebieden.

Bijlage 5. Respondenten

Ondernemingen	
PT. Grasso Indonesia, A company of GEA group Ruko Mutiara Taman Palem Blok C8/1 Cengkareng, Jakarta Barat 11730 Indonesia	Royal Haskoning Indonesia Jl. Aditiawarman 28A Jakarta 12110 Indonesia
Blue line Pt Rabik Bangun Pertiwi PMA Istana Kuta Galeria, Valet 2 No. 7 Kuta, Bali Indonesia	PT Multi Bintang Indonesia (member of the Heineken Group) Ratu plaza 24 th Floor room 1A Jl.n Jend Sudirman Kav. 9 Jakarta Indonesie
Bam Interbeton Decorient Menara Jamsostek, North Tower 20 th Floor Jl. Jend Gatot Subroto No. 38 Jakarta 12710 Indonesia	Exact software Plaza DM 2nd Floor suite 201 Jl. Jendral Sudirman Kav 25 Jakarta 12920 Indonesia
PT Philips Indonesia Gedung Philips Jl. Buncit Raya Kav. 99 Jakarta 12510 Indonesia	PT. Ing. Rail Indonesië Jl. Bukit Cemara ASRI 20 Resor Dajo Pakar Bandung 40198 Indonesia
DSM Kaltim Melamine Gedung Tetra Pak Lantai 2 Jl. Buncit Raya Kav. 100 Jakarta 12510 Indonesia	Pt Trouw Nutrition Indonesia Plaza GRI 10th Floor Jl. HR. Rasuna Said Blok X-2 No.1 Jakarta 12950 Indonesia
Pt. AVIP Interiors Jl. Panjang No. 41 Permata Hijau Jakarta 11560 Indonesia	Pt van Rees Indonesia Wisma Kemang Jl. Kemang Selatan Raya no. 1 Jakarta 12560 Indonesia
Sea trek Sailing Adventures/ Anasis Cruise P.T. Pinisi Duta Bahari Jl. By Pass Ngurah Rai 245/ Jl Mertasari 11T 44 Sanur 80228, Bali Indonesia	Friesland Foods Frisan Flag Indonesia Head Office and Factory Jl. Raya Bogor km.5 Pasar Rebo Jakarta 13760 Indonesia
Q spicing Suryacipta City of Industry Jl. Aurya Madya Kav. A7 Ciampel, Karawang West Java 41361 Indonesia	DHV Mitra Lingkungan Dutaconsult Ventura Building 4th Floor, Suite 405 Jl. R.A. Kartini 26 (outer Ring Road) Cilandak, Jakarta 12430 Indonesia
INA Indonesian Netherlands Association	FCGI Forum for Corporate Governance in Indonesia
INA Indonesian Netherlands Association/ Indonesian BeNeLux Chamber of Commerce Gedung Menara Jamsostek Tower A-20 th floor room 2002 Jl. Jend. Gatot Subroto No. 38 Jakarta 12710, Indonesia	FCGI Forum for Corporate Governance in Indonesia C/o Indonesian Netherlands Association Gedung Menara Jamsostek Tower A-20 th floor room 2002 Jl. Jend. Gatot Subroto No. 38 Jakarta 12710, Indonesia
UGM University Gadjah Mada	Adviseur
UGM University Gadjah Mada Fakulty of Geography, Cartography and Remote Sensing Bulaksumur, Yogyakarta 55281, Indonesia	P.T. Euro-East Bridge Logistic Services & Management Park Royale Tower II 1342 Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35,37,39 Jakarta 10210, Indonesia
BKPM Badan Koordinasi Penanaman Modal	
BKPM Badan Koordinasi Penanaman Modal Jl. Jend. Gatot Subroto No. 44 Jakarta Selatan 12190, Indonesia	

