

DE MULTIFUNCTIONELE MULTINATIONAL?

De rol van multinationals in de strijd tegen armoede

Meke den Hollander

Sen Foundation, NL

In opdracht van Prof. dr. ir. J.J.C. Voorhoeve

In 2010 leefden er wereldwijd 1.2 miljard mensen onder de extreme armoedegrens van 1.25 dollar per dag. Een van de targets van het eerste Millennium Ontwikkelingsdoel, waarin wordt gestreefd naar het eindigen van hongersnood en armoede, betreft het halveren van het aantal mensen ten opzichte van 1990 dat zich onder deze grens bevindt (United Nations, 2013a:6-7). De Millennium Ontwikkelingsdoelen zijn acht doelen die in 2000 door 189 landen zijn aangenomen en die grotendeels in 2015 behaald dienen te worden (United Nations, 2006: 26). In delen van Azië worden het eerste Millennium Ontwikkelingsdoel grotendeels behaald. Echter, in Afrika en in de armere landen van Azië is dit niet het geval. Zo moet in sub-Sahara Afrika bijna de helft van de bevolking rondkomen van minder dan 1.25 dollar per dag. Deze regio kent zelfs een stijgende hoeveelheid mensen die leven in extreme armoede. Behoorden in 1990 nog 290 miljoen mensen tot deze groep van extreem arme Afrikanen, in 2010 waren dat er zelfs 414 miljoen (United Nations, 2013a: 6-7).

In het VN rapport van het *High-Level Panel of Eminent Persons* over de doelen na 2015 wordt gesproken over het eindigen van armoede door onder andere het terugbrengen van de hoeveelheid mensen die onder de 1.25 dollar per dag leven naar nul (United Nations, 2013b: 32). Naast het gebrek aan inkomen worden in het rapport ook andere manifestaties van armoede genoemd, waaronder hongersnood en ondervoeding, het gebrek aan productiemiddelen, ziekte en gebrek aan toegang tot onderwijs en andere basisvoorzieningen (United Nations, 2013b: 32). In de *DAC Guidelines on Poverty Reduction* van de *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD) wordt een economische, humane, politieke, sociaal-culturele en een beschermende dimensie van armoede onderkend (OECD, 2001: 18, 38).

De aandacht groeit voor de rol van de private sector in armoedebestrijding. Met de voortgaande globalisering is het aantal internationaal opererende bedrijven toegenomen en

vinden bijbehorende private kapitaalstromen plaats, ook naar ontwikkelingslanden (World Economic Forum, 2002: 11). Bedrijven beschikken over bepaalde eigenschappen waardoor zij aantrekkelijk worden als medestrijders tegen de armoede. Zo vormen zij ‘de voornaamste producenten van goederen en diensten en daarmee van werkgelegenheid, inkomen, welvaart en economische groei’ en ‘genereren en verspreiden bedrijven innovaties, technologie en kennis’ (AIV, 2013: 25). Daarnaast zijn zij in staat om veranderingen in een samenleving tot stand te laten komen. Hun marketing en reclamecapaciteiten vormen bijvoorbeeld krachtige middelen om gedrag in een samenleving te beïnvloeden, alsook de keuze in product- en dienstaanbod (AIV, 2013: 25).

Economische groei en armoedereductie

Om tot grotere economische groei te komen, wordt door de *Commission on the Private Sector and Development* van het *United Nations Development Programme* (UNDP) de nadruk gelegd op de ontwikkeling van de private sector. Er bestaan echter verschillende belemmeringen voor deze ontwikkeling. Veel micro-ondernemingen en veel kleine en middelgrote bedrijven opereren vaak in de informele sector en ondervinden barrières om verder te groeien. Door het gebrek aan concurrentie worden soms grote firma’s afgeschermd van marktkrachten waardoor zij geen noodzaak zien om te innoveren of productiever te opereren (Commission on the Private Sector and Development, 2004: 11-14). Andere oorzaken van economische stagnatie of krimp zijn onder andere fysieke geografie, culturele barrières, geopolitiek, demografische en fiscale factoren, overheidsfalen en gebrek aan innovatie (Sachs, 2005: 56-66).

Groei blijkt in deze sector verreweg de belangrijkste factor voor armoedevermindering (AIV, 2006: 32). Verschillende landen en tijdsperioden tonen dat een stijging van het gemiddelde inkomen gepaard gaat met een evenredige stijging van de inkomens van het armste kwintiel¹ in dat land. Gesteld wordt dat over langere tijdsperioden 66 tot 90 procent van de armoedereductie verklaard kan worden door veranderingen in het gemiddeld inkomen. Economische groei vergroot de overheidsmiddelen waarmee basisvoorzieningen kunnen worden gefinancierd. Ook kan economische groei de economische positie van armen versterken waardoor zij mogelijk in staat zijn om het beleid en de instituties te beïnvloeden die invloed hebben op de aard en verdeling van de baten van groei (OECD, 2004: 11-14). Echter, dit verband is afhankelijk van de omstandigheden. De

¹ Een kwintiel betreft een vijfde deel van een groep.

effecten van economische groei blijken beperkter bij een grotere mate van ongelijkheid in een land (World Bank, 2005: 86). Hierdoor groeit het belang van de zogeheten *pro-poor growth*. Dit is groei die gepaard gaat met een inkomensstijging van het armere deel van de bevolking die groter is dan de gemiddelde inkomensstijging in een land (OECD, 2004: 12). Uiteindelijk is het van belang om economische groei te bewerkstelligen die vooral ten gunste komt van de armen.

Internationale aandacht

Bedrijven erkennen in toenemende mate een bredere maatschappelijke verantwoordelijkheid op het gebied van duurzaamheid en sociale rechtvaardigheid (AIV, 2013: 41). Ook is internationale aandacht ontstaan voor deze verantwoordelijkheid, wat zichtbaar is in verschillende internationale verdragen en instrumenten die bedrijven moeten helpen zich aan deze richtlijnen omtrent verantwoord gedrag te houden (United Nations Millennium Project, 2005: 142). De richtlijnen van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO) uit 1976 zijn hier een voorbeeld van. Zij vormden het eerste kader voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) op internationaal niveau (Eijsbouts, 2012: 814). De richtlijnen zetten bedrijven aan tot duurzame ontwikkeling en intensievere samenwerking met de lokale bevolking zodat op lokaal niveau een grotere capaciteit gecreëerd kan worden (OECD, 2011: 19). Hoewel de richtlijnen juridisch niet bindend zijn, hebben deze wel degelijk impact via *naming and shaming* als een terechte klacht ontstaat over een onderneming die de richtlijn overtreedt (Eijsbouts e.a., 2010: 17).

Andere voorbeelden van internationale aandacht aan maatschappelijke verantwoordelijkheid zijn de *UN Guiding Principles* en het *UN Global Compact*. De *UN Guiding Principles* zijn opgesteld in 2011, gebaseerd op het *Framework Protect, Respect and Remedy* van Ruggie, en richten zich onder andere op het beperken van schendingen van de mensenrechten (Eijsbouts, 2012: 812; SER, 2012: 80-82). Schendingen van mensenrechten dienen te worden beperkt, ook wanneer de onderneming niet zelf heeft bijgedragen aan de schendingen maar deze wel verbonden zijn met haar activiteiten, producten of diensten (United Nations, 2011: 13-14). Sinds 2000 kent de wereld ook het *UN Global Compact*, een initiatief van de VN waarbinnen internationale bedrijven zich scharen achter gedragsnormen op het gebied van mensenrechten, arbeids- en milieustandaarden en corruptie (United Nations Millennium Project, 2005: 142). Vele spelers hebben zich al aangesloten bij dit raamwerk voor de ontwikkeling van duurzaam beleid en duurzame acties (United Nations Global

Compact, 2013).

MVO

Het fenomeen MVO kan met verschillende definities worden uitgelegd. De Sociaal-Economische Raad (SER) handhaaft een brede definitie van MVO, bestaande uit ‘het bewust richten van ondernemingsactiviteiten op waardecreatie in drie dimensies - *Profit, People, Planet* - en daarmee op de bijdrage aan de maatschappelijke welvaart op langere termijn’ en ‘een relatie met de verschillende belanghebbenden onderhouden op basis van doorzichtigheid en dialoog, waarbij antwoord wordt gegeven op gerechtvaardigde vragen uit de maatschappij’ (2000: 86). Een belangrijk aspect van MVO is het in ogenschouw nemen van de belangen en behoeften van alle *stakeholders*. Zo omschrijft de Wereldbank MVO als de toewijding die bedrijven hebben om bij te dragen aan een duurzame economische ontwikkeling waarbij niet alleen samen wordt gewerkt met werknemers maar ook met de familie van deze werknemers, de lokale gemeenschap en de maatschappij als geheel om zo te komen tot een verbeterde kwaliteit van leven op een manier die zowel gunstig is voor bedrijf als voor ontwikkeling (Ward, 2004: 3). Uiteindelijk is het van belang dat MVO geïntegreerd wordt met de ondernemingspraktijken van bedrijven. Zo dient MVO door te vloeien in alle niveaus van de bedrijfsvoering en te worden uitgedragen aan alle *stakeholders*. Daarnaast is er oog nodig voor de effectiviteit en actualisatie van MVO en de aflegging van verantwoording (Eijsbouts e.a., 2010: 30-31).

Redenen voor MVO

De vraag rijst waarom bedrijven zich zouden interesseren voor een toepassing van MVO. Friedman was er vroeg bij om het fenomeen in twijfel te trekken. Hij benadrukte dat het niet aan de managers maar aan de aandeelhouders zelf is om te bepalen wat er met hun geld en middelen gebeurt. Wanneer managers overgaan op meer MVO gerichte activiteiten leidt dit mogelijk tot lagere winsten, wat indirect het geld van aandeelhouders is (Friedman, 1970). Een ander kritisch geluid komt vanuit de hoek van Campbell. Hij wijst op het idee dat bedrijven gericht zijn op winstmaximalisatie en het verhogen van de aandeelwaarden. Toch stelt hij dat ondernemingen mogelijk door instituties kunnen worden aangezet tot MVO-gedrag, bijvoorbeeld wanneer zij behoren tot bedrijfsverenigingen die zich sterk maken voor MVO (Campbell, 2007: 946-949).

Een andere belangrijke stimulerende factor betreft de reputatie van een onderneming. Spar sprak over het zogenaamde ‘spotlight fenomeen’. Dit houdt in dat multinationals, met hun bekendheid en internationale aanzien, constant onder de loep worden genomen wat betreft overzeese activiteiten. De toegenomen stroom van informatie over de hele wereld heeft de druk op multinationals opgevoerd (Spar, 1999: 70-72). Zeker wanneer een onderneming een grote bekendheid geniet, is deze kwetsbaar voor slechte publiciteit. Zo startte Levi Strauss met een *supplier code of conduct* nadat het bedrijf in een kwaad daglicht kwam te staan na beschuldigingen van slechte overzeese behandeling van werknemers en maakte Shell zich MVO-gedrag eigen na de controverses rondom Brent Spar (Jenkins, 2005: 527-528).

Reputatiebehoud is echter een weinig positieve invulling van de verklaring voor MVO-gedrag. Een positiever geluid is te horen in de vorm van de lange termijn voordelen voor ondernemingen die maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zo zouden bedrijven zonder MVO-kader volgens Jenkins op lange termijn grotere economische en sociale onzekerheid, een krimpende markt en een kleinere hoeveelheid beschikbare ruwe materialen kennen, wat invloed zal hebben op hun winstgevendheid. Tegelijkertijd wordt door Jenkins gesteld dat er een gebrek aan bewijs is over dit verband tussen MVO en economische groei (Jenkins, 2005: 536). Naast een verbeterde reputatie en mogelijke versterking van de economische positie worden ook de potentiële kostenbesparingen vanwege verbeteringen in het milieuproces enerzijds en profijt bij het rekruteren, ontwikkelen en behouden van de werknemers anderzijds als voordelen genoemd (Luetkenhorst, 2004: 158, 163-164). Andere positieve bijdragen van MVO kunnen prikkelingen voor innovatie en creativiteit en een verbeterd risico-management zijn (Luetkenhorst, 2004: 164). Echter, er bestaat geen algemene *business case* voor MVO, zo stelt Fox. De voordelen van MVO-gedrag zijn onder andere afhankelijk van de omgeving, de structuur van een onderneming en de markt waarin zij opereert (2004: 31).

Effectiviteit van MVO

Goede rapportering en verslaggeving van MVO is van belang voor onder andere prikkels voor bedrijven en meer erkenning bij het publiek (Commission on the Private Sector and Development, 2004). Bovendien is het van belang dat MVO wordt geïntegreerd met de bedrijfsstrategie en dat deze een positievere invulling krijgt (Jenkins, 2005: 540). Voor mogelijke acties van bedrijven op het gebied van armoedebestrijding is het primair van

belang dat multinationals niet enkel op economische waardecreatie inzetten maar zich ook concentreren op het creëren van waarde voor de samenleving waarbinnen zij opereren. Op deze manier ontstaat gezamenlijke waarde, oftewel *shared value*, wat beleid en acties omvat die enerzijds de competitiviteit van het bedrijf bevorderen en anderzijds de economische en sociale condities, waarbinnen een bedrijf opereert, stimuleren (Porter en Kramer, 2011: 66).

Zo'n waardecreatie vindt plaats wanneer bijvoorbeeld clusters gevormd worden met lokale leveranciers, gerelateerde bedrijven en instituties zoals handelsorganisaties of als er aandacht besteed wordt aan publieke goederen zoals universiteiten en schoon water (Porter en Kramer, 2011: 72). Porter en Kramer noemen het voorbeeld van Yara, het grootste bedrijf in minerale meststoffen, die in samenwerking met de lokale overheid en steun van de Noorse overheid een programma is gestart om de infrastructuur in Mozambique en Tanzania te verbeteren. Naast de groeimogelijkheden voor Yara zelf, zal het gehele agrarische cluster profiteren dankzij onder andere verbeterde toegang en meer banen. Dit zijn belangrijke multipliereffecten van de investering door de multinational (Porter en Kramer, 2011: 74).

Insluiten als consument

Een veelbesproken invalshoek bij de rol van multinationals in armoedebestrijding is die van de insluiting van armen als consument. Prahalad is een groot aanhanger van het idee om de armere bevolkingsgroepen te zien als een potentiële markt. Hij stelt 's werelds armste mensen, de zogenaamde *bottom of the pyramid (BOP)*, voor als waardebewuste consumenten (Prahalad, 2006: 1). Bedrijven kunnen essentiële producten en diensten produceren voor deze markt. Gezien de grootte van de BOP-markt kan met behulp van schaalvoordelen de prijs laag worden gehouden waardoor de producten en diensten voor de BOP bereikbaar worden (United Nations Millennium Project, 2005: 137). Producten waarmee tegemoet gekomen wordt aan de behoeften van de lokale bevolking betreffen bijvoorbeeld vitaminerijk poeder en investeringen in infrastructuur, zo stelt de SER (2011: 46). Zo brengt de insluiting van de armste groepen van de samenleving als consument de BOP een verbeterde toegang tot kwaliteitproducten en diensten, lagere prijzen, een verbeterde kwaliteit van leven en een verhoogde productiviteit, zo oppert de *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* (2004: 23).

Het benaderen van de BOP als consument zou uiteindelijk voor multinationals kunnen leiden tot een grotere markt en meer bedrijfsmogelijkheden (Commission on the Private Sector and Development, 2004: 41). Volgens de WBCSD bieden armen als consumenten

vele voordelen voor bedrijven. Niet alleen vormen zij een nieuwe markt met de daarbij behorende nieuwe middelen, ook zorgt de insluiting van deze groep voor een verbeterde reputatie van het bedrijf (2004: 23). Ondanks de lage lonen binnen deze markt zorgen de grote hoeveelheden mensen volgens Prahalad voor een grote koopkracht. Het zou hier 4 tot 5 miljoen mensen betreffen, met een economie van meer dan 13 biljoen dollar in koopkrachtpariteiten (Pralhad, 2006: 11, 21). Multinationals dienen wel te innoveren om de BOP-markt te kunnen dienen. Zo wordt het opzetten van onderzoek- en ontwikkelingseenheden in ontwikkelingslanden genoemd die zich toespitsen op het blootleggen van lokale mogelijkheden (Pralhad en Hammond, 2002: 54). Ook de ontwikkeling van nieuwe technologieën die op grote schaal en in verschillende markten kunnen worden toegepast, is van belang (Pralhad, 2006: 25-26, 37). Deze innovaties kunnen ook nuttig blijken in de bestaande markten (WBCSD, 2004: 23).

Er zijn ook minder positieve geluiden te horen over het insluiten van de BOP als consument. Met name de lage inkomens en handelsbelemmeringen zoals corruptie, ontoereikende infrastructuur en bureaucratische rompslomp komen hierbij aan bod. Prahalad en Hammond stellen echter dat veel multinationals al succesvol zaken doen in BOP-markten. Wel is een gunstig ondernemingsklimaat belangrijk volgens hen. Technologie kan hierbij helpen, omdat informatie en communicatietechnieken hulp kunnen bieden bij het ontsluiten van geïsoleerde gebieden, het verbeteren van marketing en distributiekkanalen en het beperken van de transactiekosten (Pralhad en Hammond, 2002: 49, 56). Een criticus van de consumenten-benadering is Karnani. Niet alleen meent hij dat de koopkracht van de BOP in werkelijkheid veel kleiner is, ook acht hij winstgevendheid in deze markten onwaarschijnlijk vanwege de hoge kosten voor het dienen van de markt, voortkomend uit onder andere geografische spreiding, culturele verschillen en slechte infrastructuur (Karnani, 2007: 91-92). Ook Agnihotri stelt dat de werkelijke marktgrootte veel kleiner uitvalt wanneer de potentiële winst niet op basis van koopkrachtpariteiten maar aan de hand van wisselkoersen wordt berekend en dat de markt nog kleiner wordt door bemoeilijkte toegang dankzij politieke, economische en sociaal-culturele risico's (2012: 417-418).

In tegenstelling tot het zien van de armen als consumenten, ziet Karnani de mogelijkheid om armen als producenten in te sluiten. Hij stelt dat niet het verkopen aan maar voornamelijk het kopen van deze groep helpt in de strijd tegen armoede, omdat op deze manier hun reële inkomen wordt vergroot (2007: 91, 102). Davidson stelt dat producten die

een lokaal element van productie danwel distributie bevatten en de business- en loonkansen vergroten, de meeste kans bieden op het daadwerkelijk verhogen van het inkomensniveau in een samenleving (2009: 28). Door Simanis e.a. wordt gesproken van een nieuwe generatie van de BOP-strategie die nadruk legt op *co-venturing* in plaats van op de consumentenbenadering. Hierbij is het creëren van waarde voor alle partners in het proces een belangrijk aspect, evenals de samenwerking tussen partners bij het realiseren van doelen (2008: 2-3).

Insluiten als zakenpartner²

Kleine en middelgrote ondernemingen vormen, zeker in ontwikkelingslanden, een groot deel van de totale hoeveelheid ondernemingen. Zij hebben een belangrijk aandeel in de werkgelegenheidscreatie en inkomensgeneratie en daarmee ook in de strijd tegen armoede (Luetkenhorst, 2004: 158-159). Integratie van deze ondernemingen in de keten van multinationals vormt een van de meest effectieve manieren om de ontwikkeling van deze ondernemingen te bevorderen (Luetkenhorst, 2004:160). De daadwerkelijke baancreatie door multinationals zelf lijkt beperkt, doordat het vaak hightech bedrijven betreft waar weinig armen in dienst zijn (Hopkins, 2007: 144). Echter, er bestaat ook indirect gecreëerde werkgelegenheid door de aanwezigheid van multinationals. Hopkins noemt hierin een onderzoek van UNCTAD waarin wordt gesteld dat elke direct gecreëerde baan twee indirecte banen oplevert (Hopkins, 2007: 152-153).

Wanneer een multinational zich mengt in de markt van een ontwikkelingsland, via investeringen of betreding van de markt zelf, kunnen ze via verticale toeleverancierketens³ en horizontale industrieclusters waardevolle kennis en technologie overhevelen naar lokale ondernemingen. Deze overdracht is van groot belang voor de groei in de betrokken markten (United Nations Millennium Project, 2005: 139). Het sluiten van zakelijke banden⁴ tussen multinationals en lokale ondernemingen met complementaire business activiteiten vormt volgens de SER een belangrijke impuls voor de ontwikkeling van deze lokale ondernemingen (SER, 2011: 47). Middels bijvoorbeeld trainingen in boekhouden en management kan vorm worden gegeven aan de kennisoverdracht en door te helpen bij het voldoen aan internationale standaarden kan een stap in de richting van de internationale markt worden gezet (SNV Netherlands Development Organization en WBCSD, 2007: 5-6). Naast verticale effecten

² Vertaling van *business partner*

³ Vertaling van *supply chains*

⁴ Vertaling van *business linkages*

binnen de keten zelf, leidt training mogelijk ook tot horizontale spillovers⁵ wanneer werknemers het bedrijf verlaten (Colen e.a., 2008: 18-19). Behalve kennis en kunde geven deze verbanden lokale ondernemingen ook toegang tot grotere markten en financiële middelen (Commission on the Private Sector and Development, 2004: 3).

Het versterken van netwerken van lokale ondernemingen is een belangrijk aspect bij het helpen van ondernemingen. Zo brengen lokale netwerken voordelen als kennisoverdracht, toegang tot markten en netwerken van de grotere partners en hogere lonen, standaarden en productiviteit. Echter, de effecten van netwerken zijn tot nu toe nog beperkt (Commission on the Private Sector and Development, 2004: 30-31). Rugraff en Hansen stellen dat multinationals met name via spillovers een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van het land. Zeker wanneer het verschil tussen multinationals en de lokale economie groot is op bijvoorbeeld het gebied van technologie en kapitaal, kunnen spillovers een groot effect hebben (Rugraff en Hansen, 2011: 17). Door overname van de al ontwikkelde technologieën kunnen ontwikkelingslanden een snelle inhaalslag maken (World Bank, 2004: 28). De technologische en kennis spillovers die plaatsvinden bij het insluiten van een onderneming in de keten van een multinational helpen hierbij.

Voor multinationals brengt een dergelijke samenwerking niet alleen voordelen op het gebied van de lokale levering van producten en diensten, ook hun lokale kennis van middelen en hulpbronnen, leveringspatronen en kooptrends zijn bruikbaar (SNV Netherlands Development Organization en WBCDS, 2007: 2). Bovendien brengt samenwerking mogelijk contact met een grotere groep klanten die via de lokale ondernemingen wel bereikt kunnen worden. Ook helpen zaken als kennisoverdracht en assistentie bij verbeteringen van productieprocessen de multinationals zelf doordat het een meer effectieve toeleveringsketen oplevert. Tevens zorgen de directe relaties met lokale ondernemingen voor een snellere en goedkopere levering doordat er geen tussenpersoon meer bij komt kijken. Deze relaties verhogen ook de kwaliteit, mede doordat lokale ondernemingen door multinationals worden gestimuleerd te voldoen aan internationale standaards (SNV Netherlands Development Organization en WBCDS, 2007: 2, 5-6). Daarnaast levert het lagere arbeidskosten op, wordt het risico gedeeld en wordt de mogelijkheid tot betere relaties met overheden vergroot (WBCSD, 2004: 23).

⁵ Met spillovers worden hier de effecten bedoeld die 'overlopen' naar andere sectoren of gebieden dan waar de effecten in eerste instantie zijn ontstaan.

Desondanks bestaan ook twijfels over de positieve impact van multinationals. Dit komt mede doordat in verschillende situaties ook verschillende spillovers worden gecreëerd (Nunnenkamp, 2004 en Görg en Greenaway, 2007 in Rugraff en Hansen, 2011: 25-26). De mogelijkheid wordt genoemd dat de aanwezigheid van multinationals leidt tot verdringing van andere spelers in de markt⁶ (Colen e.a., 2008: 19). Door lagere marginale kosten kunnen zij bijvoorbeeld met hun hogere productie vraag wegtrekken bij binnenlandse bedrijven (Aitken en Harrison, 1999: 607). Daarnaast zijn de lonen die multinationals leveren misschien wel hoger, maar zijn dit alsnog geen leefbare lonen en kennen werknemers nog vaak een gebrek aan sociale zekerheid (SER, 2011: 45). Een dialoog tussen de private sector en de armen is wenselijk, naast het in acht nemen van ethische investeringspraktijken en het opnemen van arbeidscodes wat ook met het *UN Global Compact* wordt gestimuleerd. Om de veiligheid te vergroten kan gedacht worden aan het steunen van ontwikkeling en distributie van vaccinaties of het promoten van vrede (World Bank, 2001: 12).

Uiteindelijk is een van de belangrijkste inspanningen die bedrijven kunnen doen het duurzaam maken van de productie, de toeleveringsketen, het werkgeverschap en de producten (Worldconnectors Working Group 'The Role of the Private Sector in the Post-2015 MDGs', 2013: 3). Dit dient echter niet alleen op korte termijn plaats te vinden. Om daadwerkelijk een bijdrage te kunnen leveren, is een langetermijnaanpak nodig waarbij de lokale bevolking wordt betrokken bij het productieproces, bijvoorbeeld als leverancier of directe werknemer (SER, 2011: 51). Zowel lokale ondernemingen als multinationals dienen in te gaan zien dat zij een bijdrage kunnen leveren aan de strijd tegen armoede (Commission on the Private Sector and Development, 2004: 3).

True pricing

True pricing is een recent initiatief van de non-profit organisatie *True Price*. Hierbij pogen ze internalisering van de kosten van externaliteiten te bewerkstelligen, om zo te komen tot de ware prijs⁷. Deze externaliteiten, gecreëerd tijdens productie en consumptie, brengen kosten met zich mee die doorgaans niet door het bedrijf worden betaald. De ware prijs bestaat uit de genoemde prijs⁸ en de netto onbetaalde sociale en ecologische kosten die tijdens productie, distributie, verkoop en consumptie worden gemaakt. Dit zou bedrijven op langere termijn voordelen opleveren zoals een gecreëerde waarde in de toeleveringsketen,

⁶ Omschrijving van het *crowding out effect*

⁷ Vertaling van *true price*

⁸ Vertaling van *quoted price*

kennis van de werkelijke prijsstructuren, een gunstige toekomstpositie, een versterkt merkimage en een *license to operate* (True Price, 2013: 1-4). Tegelijkertijd zou de ware prijs een fatsoenlijk levensonderhoud brengen voor alle marktdeelnemers, zorgen voor goede arbeidsomstandigheden en een leefbaar loon bewerkstelligen voor allen in de toeleveringsketen. Tevens zal, dankzij de transparantie verkregen door *true pricing*, de consument in toenemende mate kiezen voor duurzaamheid (True Price, 2013: 8, 10). De ware prijs kan worden weergegeven naast de betaalde prijs of worden gebruikt voor communicatie over duurzaamheidsuccessen (True Price, 2013: 15). Al een aantal grote bedrijven hebben zich als partner gemeld voor het project, zoals de Rabobank, DSM en Akzonobel (True Price).

Het is echter lastig om externe effecten uit te drukken in prijzen doordat zij zich buiten de markt bevinden, terwijl juist binnen een markt prijzen via vraag en aanbod worden gevormd. Waardering van bijvoorbeeld milieuzaken wordt bemoeilijkt doordat milieuwaarden een diepe ethische inhoud kennen wat onderwerp van discussie is (Söderholm en Sundqvist, 2003: 340). Daarnaast bestaat de moeilijkheid van het bepalen van indirecte effecten van externe gevolgen. Zo heeft luchtvervuiling invloed op de menselijke gezondheid, het menselijk comfort, planten en dieren, niet-levende materialen zoals gebouwen, monumenten enzovoorts. Enkele aspecten kunnen via een complex proces worden gewaardeerd. Het is echter omstreven hoe zaken als een menselijk leven in geld kunnen worden uitgedrukt. Hetzelfde geldt voor de moeilijkheden die gepaard gaan met het waarderen van monumenten en zicht (Chernick en Caverhill, 1991: 48-49). Ook wanneer wordt aangenomen dat een dergelijk waarderingsproces gevormd kan worden, is het de vraag in hoeverre de indirecte effecten van een extern gevolg meegenomen zullen worden, zoals het verloren inkomen van een persoon die dankzij luchtvervuiling niet meer in staat is om te werken.

FDI en armoedebestrijding

Een ander aspect betreft die van de private investeringen in ontwikkelingslanden. Buitenlandse private investeringen, zogenaamde *Foreign Direct Investments* (FDIs), kunnen de marktgroei bevorderen (United Nations Millennium Project, 2005: 46). Wel is het juiste investeringsklimaat nodig om FDIs aan te trekken. Ook moet het ontvangende land de buitenlandse kapitaalstromen kunnen absorberen (United Nations Millennium Project, 2005: 46; Klein e.a., 2001: 5). De positieve impact van FDIs hangt af van de mate waarin

technologieën en managementpraktijken kunnen worden overgenomen (Rugraff e.a., 2009: 34, 49-50). Een direct positief gevolg van FDI's is de vergroting van de kapitaalvoorraad in een land. Indirecte effecten op de economische groei vloeien voort uit horizontale spillovers, vaak onbedoelde spillovers naar concurrerende ondernemingen uit dezelfde markt, en gewenste verticale spillovers naar verbonden ondernemingen zoals leveranciers of kopers (Colen e.a., 2008: 17). Daarnaast leiden FDI's mogelijk tot een verbeterde kwaliteit van groei (Klein e.a., 2001: 7). Met name de efficiënte kennisoverdracht die gepaard kan gaan met FDI's is voor armoedebestrijding een zeer belangrijk element (AIV, 2006: 40). De bijdrage van FDI's aan innovatie en productiviteit is nog groter wanneer de kennis en technologie ook daadwerkelijk bij binnenlandse bedrijven terecht komt. Dit is het geval wanneer bedrijven de eerder genoemde zakelijke banden aangaan met bedrijven in ontwikkelingslanden zelf (OECD, 2004: 32).

Ook kunnen kanttekeningen worden geplaatst bij het effect van FDI's, omdat zij vaak geconcentreerd zijn in meer welvarende regio's (Jenkins, 2005: 532-533). Alhoewel het belang van economische groei voor armoedebestrijding algemeen erkend is, wordt ook gesteld dat groei op korte termijn niet altijd ten goede komt aan de armen. Daardoor bestaat er geen eenduidig antwoord op de vraag of FDI via economische groei bijdraagt aan armoedebestrijding (Colen e.a., 2008: 29-30). Uiteindelijk bestaat er een mix van resultaten als het gaat om het effect van FDI op armoedevermindering (Rugraff e.a., 2009: 49). Tevens wordt gewezen op de mogelijkheid van het wegvloeien van winsten op FDI's naar het land waar het investerende bedrijf gevestigd is. Dit gebeurt met name in Afrika, zo blijkt uit onderzoek van Sumner (2005) gerapporteerd door Colen e.a. (2008: 15).

Publiek en privaat; samen sterker?

Bedrijven kijken, vanuit een besef van een bredere maatschappelijke verantwoordelijkheid, steeds meer naar samenwerking met non-private actoren zoals non-gouvernementele organisaties (ngo's), overheden en (internationale) organisaties. Dit wordt geduid als publiekprivate samenwerking (AIV, 2013: 40-41). Middels samenwerking is het mogelijk om grote overheidsprojecten door de private sector te laten uitvoeren. Publieke financiering van bijvoorbeeld betere infrastructuur en sanitaire voorzieningen geleverd door de private sector zijn voorbeelden van publiekprivate partnerships. Gesteld wordt dat publiekprivate samenwerking de gelegenheid schept om van zowel de sterke kanten van de private als van de publieke sector gebruik te maken. De private sector biedt de kans tot efficiënte productie

en levering terwijl de publieke sector de financiële steun levert (United Nations Millennium Project, 2005: 140-141). Ngo's hebben op hun beurt kennis van de lokale omstandigheden en de bijbehorende marketingtechnieken (Brugmann en Prahalad, 2007: 82). Samenwerking van bedrijven met ngo's blijkt in de praktijk echter bemoeilijkt te worden door een verscheidenheid aan prioriteiten, operationele verschillen en twijfel aan de ware doelen van de partner (Karamchandani e.a., 2011: 108).

Kanttekeningen

Hoewel er een grote rol weggelegd is voor multinationals, is de overheid een zeer belangrijke speler binnen de armoedebestrijding. Met publiek beleid kan gepoogd worden een stimulerende omgeving⁹ te faciliteren om investeringen en groei mogelijk te maken (OECD, 2001: 45). Ingrediënten voor zo'n omgeving betreffen volgens de SER onder andere goed bestuur, stabiliteit, goede infrastructuur, rechtszekerheid, gekwalificeerd personeel en toegang tot sociale zekerheid (2011: 31-32). Allereerst is dit de verantwoordelijkheid van lokale en nationale overheden maar de internationale gemeenschap kan hulp bieden bij het verbeteren van het investeringsklimaat (World Bank, 2004: 189).

De rol van de overheid binnen de armoedebestrijding dient zeker niet aan de kant te worden geschoven. In principe is het de hoofdverantwoordelijkheid van overheden om zorg te dragen voor maatschappelijke kwesties zoals armoedebestrijding en sociale verhoudingen in een land (AIV, 2013: 26). Ook Karnani wijst op de rol van de overheid. Zo stelt hij dat economische groei niet altijd afdoende is in de strijd tegen armoede, omdat ook sociale, culturele en politieke dimensies aan armoede zijn verbonden. Hij meent dat voorzichtigheid is gebaat bij het benadrukken van de rol van de private sector gezien dit mogelijk afleidt van de belangrijke rol die de overheid dient te vervullen in onder andere het bewerkstelligen van veiligheid, basisonderwijs, gezondheidszorg en infrastructuur (2007: 108).

Ondanks de kansen die bestaan voor multinationals in armoedebestrijding, moet in gedachten worden gehouden dat de private sector vaak gericht is op doelstellingen voor de korte termijn. Hoewel bedrijven meer aandacht hebben voor maatschappelijke kwesties, dienen zij primair hun eigen belang stelt de AIV. Dit beperkt mogelijk de mate waarin bedrijven actief handelen in het kader van armoedebestrijding (2013: 26). Alhoewel de rol van de overheid een aantal keer is aangestipt, betrof de voornaamste focus van dit artikel de rol van multinationals. Hiermee wordt geenszins bedoeld dat de rol van de overheid

⁹ Vertaling van *enabling environment*

achterwege kan worden gelaten. Onderzoek naar de rol van overheden is zeker van belang, echter vormde hun rol niet het onderwerp van deze literatuurstudie.

Conclusie

Hoewel de armoede in de wereld sterk is gedaald ten opzichte van 1990, leeft nog steeds een groot deel van de wereldbevolking onder de armoedegrens van 1.25 dollar per dag. In de strijd tegen armoede is een rol weggelegd voor multinationals. Bedrijven zijn een belangrijke kracht in het scheppen van werkgelegenheid, inkomen, welvaart en economische groei. Door *pro-poor growth* te bewerkstelligen, kan zeer gericht een einde worden gemaakt aan de meeste armoede. Hier kunnen multinationals een belangrijke bijdrage aan leveren. Het ontstaan van internationale richtlijnen voor maatschappelijk verantwoord gedrag, zoals de *UN Guiding Principles*, versterkt de groeiende aandacht voor de rol van multinationals in armoedebestrijding.

Concrete acties van multinationals die de strijd tegen armoede kunnen helpen, zijn in het algemeen op te delen in enerzijds activiteiten die de mensen in de BOP als consument beschouwen en anderzijds acties die de mensen in de BOP als zakenpartner benaderen. Vooral Prahalad is gericht op de consumenten-benadering. Hierbij stelt hij dat voor multinationals veel voordelen te behalen zijn wanneer zij gaan produceren voor de armere bevolkingsgroepen. Deze positie wordt echter aan het wankelen gebracht door critici zoals Karnani die stellen dat de koopkracht van de BOP klein is waardoor winstgevendheid niet waarschijnlijk lijkt.

Een krachtiger benadering blijkt die van de insluiting van de BOP als zakenpartner. Hierbij ligt de nadruk op het betrekken van lokale ondernemingen in de keten van multinationals. Hierdoor kan waardevolle kennis en technologie worden overgebracht aan de partners in deze ketens. Ook biedt een verband met een multinational toegang tot grotere markten en financiële middelen. Dit zorgt voor een belangrijke ontwikkeling van deze lokale ondernemingen. Voor multinationals brengt een dergelijke samenwerking voordelen op het gebied van de lokale levering van producten en diensten en verwerving van lokale kennis van middelen en hulpbronnen, leveringspatronen en kooptrends. Uiteindelijk is het zeer belangrijk dat multinationals kijken naar de verschillende mogelijkheden die zij hebben in de strijd tegen armoede. Hierbij is een lange betrokkenheid nodig. Het sluiten van zakelijke banden met lokale ondernemingen zorgt ervoor dat de lokale bevolking wordt betrokken in het productieproces.

Bronvermelding

Agnihotri, A. (2012), 'Revisiting the Debate over the Bottom of the Pyramid Market', *Journal of Macromarketing*, 32, (4), pp. 417-423.

Aitken, B.J. en A.E. Harrison (1999), 'Do Domestic Firms Benefit from Direct Foreign Investment? Evidence from Venezuela', *The American Economic Review*, 89, (3), pp.605-618.

AIV (2006), *Private Sector Ontwikkeling en Armoedebestrijding*, Den Haag: AIV.

AIV (2013), *Wisselwerking tussen Actoren in Internationale Samenwerking. Naar Flexibiliteit en Vertrouwen*, Den Haag: AIV.

Brugmann, J. en C.K. Prahalad (2007), 'Cocreating Business's New Social Compact', *Harvard Business Review*, 85, (2), pp. 80-90.

Campbell, J.L. (2007), 'Why Should Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility', *Academy of Management Review*, 32, (3), pp. 946-967.

Chernick, P. en E. Caverhill (1991), 'Methods of Valuing Environmental Externalities', *The Electricity Journal*, 4, (2), pp. 46-53.

Colen, L., M. Maertens en J. Swinnen (2008), 'Foreign Direct Investment as an Engine for Economic Growth and Human Development: a Review of the Arguments and Empirical Evidence', *Working paper no. 16 for the IAP P6/06 Project*. Leuven: Leuven Centre for Global Governance Studies.

Commission on the Private Sector and Development (2004), *Unleashing Entrepreneurship. Making Business Work for the Poor*, New York: UNDP.

Davidson, K. (2009), 'Ethical Concerns at the Bottom of the Pyramid: Where CSR meets

- BOP', *Journal of International Business Ethics*, 2, (1), pp. 22-32.
- Eijsbouts, A.J.A.J. (2012), 'Mensenrechten in bedrijf', *Ars Aequi*, november 2012, pp. 812-822.
- Eijsbouts, A.J.A.J., F.G.H. Kristen, J.M. de Jongh, A.J.P. Schild en L. Timmerman (2010), 'Maatschappelijk (verantwoord) ondernemen: naast, in of met recht?', in: A.J.A.J. Eijsbouts (red.), *Maatschappelijk verantwoord ondernemen*, Deventer: Kluwer, pp. 1-37.
- Fox, T. (2004), 'Corporate Social Responsibility and Development: In Quest of an Agenda', *Development*, 47, (3), pp. 29-36.
- Friedman, M. (1970), 'The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits', *The New York Times Magazine*, 13 september.
- Hopkins, M. (2007), *Corporate Social Responsibility & International Development. Is Business the Solution?* London: Earthscan.
- Jenkins, R. (2005), 'Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty', *International Affairs*, 81, (3), pp. 525-540.
- Karamchandani, A., M. Kubzansky en N. Lalwani (2011), 'Is the Bottom of the Pyramid Really for You?', *Harvard Business Review*, 89, (3), pp. 107-111.
- Karnani, A. (2007), 'The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the Private Sector Can Help Alleviate Poverty', *California Management Review*, 49, (4), pp. 90-111.
- Klein, M., C. Aaron en B. Hadjimichael (2001), 'Foreign Direct Investment and Poverty Reduction', *Policy Research Working Paper 2613*. Washington D.C.: The World Bank.

Luetkenhorst, W. (2004), 'Corporate Social Responsibility and the Development Agenda. The Case for Actively Involving Small and Medium Enterprises', *Intereconomics*, 39, (3), pp. 157-166.

OECD (2001), *The DAC Guidelines Poverty Reduction*, Parijs: OECD.

OECD (2004), *Accelerating Pro-Poor Growth through Support for Private Sector Development*, Parijs: OECD.

OECD (2011), *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, Parijs: OECD.

Porter, M.E. en M.R. Kramer (2011), 'The Big Idea: Creating Shared Value', *Harvard Business Review*, 89, (1), pp. 62-77.

Prahalad, C.K. (2006), *The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty Through Profits*, Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.

Prahalad, C.K. en A. Hammond (2002), 'Serving the World's Poor, Profitably', *Harvard Business Review*, 80, (9), pp. 48-57.

Rugraff, E. en M. W. Hansen (2011), 'Multinational Corporations and Local Firms in Emerging Economies: An Introduction', in: E. Rugraff en M. W. Hansen (red.), *Multinational Corporations and Local Firms in Emerging Economies*, Amsterdam: Amsterdam University Press, pp. 13-47.

Rugraff, E., D. Sánchez-Ancochea en A. Sumner (2009), 'What Do We Know about the Development Impacts of TNCs?', in: E. Rugraff, D. Sánchez-Ancochea en A. Sumner (red.), *Transnational Corporations and Development Policy*, New York: Palgrave Macmillan, pp. 29-55.

Sachs, J.D. (2005), *The End of Poverty. Economic Possibilities of Our Time*, Londen: Penguin Books.

Simanis, E. e.a. (2008), *The Base of the Pyramid Protocol: Toward Next Generation BoP Strategy* (2e ed.), New York: Center for Sustainable Global Enterprise.

SNV Netherlands Development Organization en World Business Council for Sustainable Development (2007), *Promoting Small and Medium Enterprises for Sustainable Development*, Conches-Geneva: WBCSD.

Sociaal-Economische Raad (2000), *De Winst van Waarden*, Den Haag: SER.

Sociaal-Economische Raad (2011), *Ontwikkeling door Duurzaam Ondernemen*, Den Haag: SER.

Sociaal-Economische Raad (2012), *Eindevaluatie SER-initiatief Internationaal Maatschappelijk Ondernemen*, Den Haag: SER.

Söderholm, P. en T. Sundqvist (2003), 'Pricing Environmental Externalities in the Power Sector: Ethical Limits and Implications for Social Choice', *Ecological Economics*, 46, (3), pp. 333-350.

Spar, D. (1999), 'Foreign Investment and Human Rights', *Challenge*, 42, (1), pp. 55-80.

True Price (2013), 'True Price Vision Paper 2013', *Draft Paper*: True Price.

True Price, <http://trueprice.org/about-true-price/> (bezoekt op 19 september 2013).

United Nations (2006), *The Millennium Development Goals Report 2006*, New York: UN.

United Nations (2011), *Guiding Principles on Business and Human Rights*, New York: UN.

United Nations (2013a), *The Millennium Development Goals Report 2013*, New York: UN.

United Nations (2013b), *A New Global Partnership: Eradicate Poverty and Transform Economies Through Sustainable Development. The Report of the High-Level Panel of Eminent Persons on the Post-2015 Development Agenda*, New York: UN.

United Nations Millennium Project (2005), *Investing in Development: A Practical Plan to Achieve the Millennium Development Goals*, Londen: United Nations Development Programme.

United Nations Global Compact (2013), 'Overview of the UN Global Compact', op: <http://unglobalcompact.org/AboutTheGC/> (bezoekt op 14 september 2013).

Ward, H. (2004), *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: Taking Stock*, Washington D.C.: World Bank.

Worldconnectors Working Group 'The Role of the Private Sector in the post-2015 MDGs' (2013), 'Privatizing the End of Poverty?', *Discussion Paper.24-06-2013 Roundtable for Worldconnectors*. Worldconnectors.

World Bank (2001), *World Development Report 2000/2001. Attacking Poverty*, Washington D.C.: World Bank.

World Bank (2004), *World Development Report 2005. A Better Investment Climate for Everyone*, Washington, D.C.: World Bank.

World Bank (2005), *World Development Report 2006. Equity and Development*, Washington, D.C.: World Bank.

World Business Council for Sustainable Development (2004), *Doing Business with the Poor, a Field Guide*, Sustainable Livelihoods Working Group, Conches-Geneva: WBCSD.

World Economic Forum (2002), *Global Corporate Citizenship: The Leadership Challenge for CEOs and Boards*, Geneva: World Economic Forum en The Prince of Wales International Business Leaders Forum.