



M200607

Innovatie in het MKB

2006

drs. J.P.J. de Jong

Zoetermeer, september 2006

Komend jaar meer innovatie- investerings in MKB

Ondernemers in het midden- en kleinbedrijf (MKB) investeren komend jaar meer in innovatie. Met de laagconjunctuur van de afgelopen vijf jaar lagen hun investeringen in nieuwe producten, diensten en werkmethoden op een bescheiden niveau. Het aantal gerealiseerde innovaties blijft thans nog steeds ver achter bij de hoogtijdagen rond de millenniumwisseling. Toen hadden ondernemers te maken met een grote vraag van afnemers; bovendien zorgden de internethype en het millenniumprobleem voor een grote bereidheid om in ICT-toepassingen te investeren. Recent melden echter meer ondernemers dat zij weer investeren in innovaties; dit zal zich op termijn vertalen in meer vernieuwende producten en diensten waarvan zakelijke en private afnemers kunnen profiteren, en in een stijging van de productiviteit.

Innovatie is de doelbewuste vernieuwing van producten, diensten en werkmethoden. Uit maatschappelijk oogpunt is het van groot belang dat het bedrijfsleven investeert in innovatie. Door productinnovatie vertalen bedrijven nieuwe technologische kennis in toepassingen die voor zakelijke en private afnemers zinvol kunnen zijn, spelen zij in op nieuwe maatschappelijke of institutionele ontwikkelingen, en verhelpen zij problemen of voorzien in ontluikende behoeften waarmee afnemers te maken hebben. Procesinnovatie gaat op haar beurt gepaard met een betere effectiviteit, kwaliteit en efficiëntie van bedrijfsprocessen.

Innovatie is naast arbeidsparticipatie een belangrijke factor achter de productiviteit en daarmee de economische ontwikkeling. Het wekt dan ook geen verbazing dat de politiek er veel aan gelegen is om innovatie in het bedrijfsleven te bevorderen. Het Innovatieplatform onder leiding van de minister-president is een in het oog springend voorbeeld, maar feitelijk zijn verschillende departementen actief met het bevorderen van innovatie, niet alleen Economische Zaken maar ook Onderwijs, VROM, Verkeer en Waterstaat en Binnenlandse Zaken.

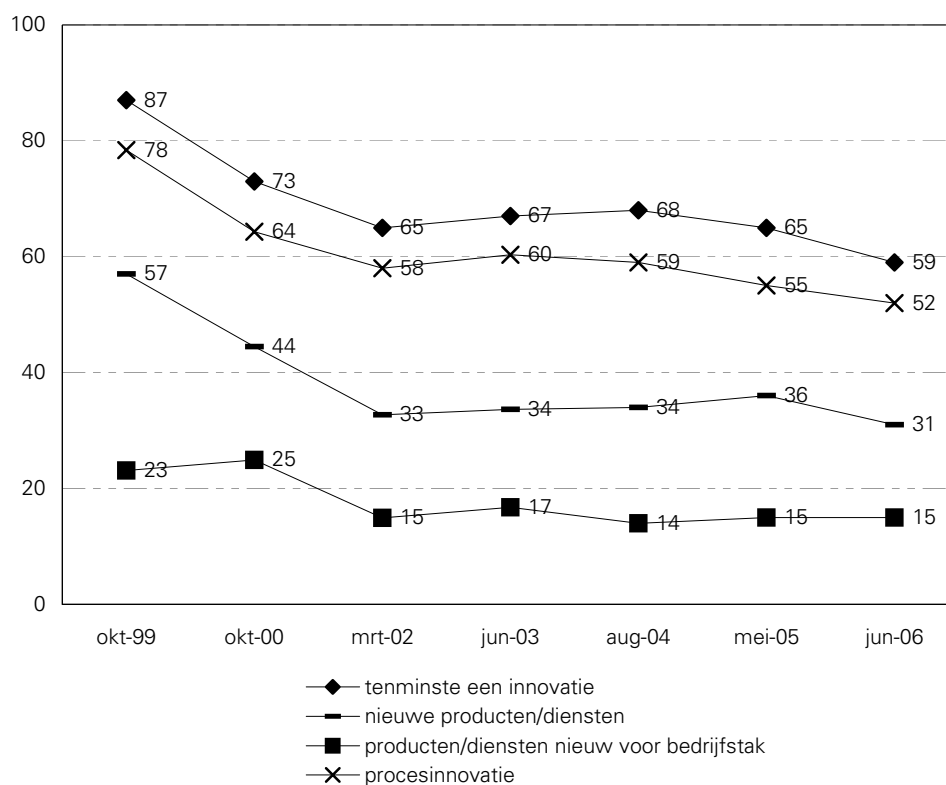
EIM doet sinds 1999 jaarlijks onderzoek naar de mate waarin ondernemers in het midden- en kleinbedrijf (MKB) innoveren (zie bijlage I). De beschikbare gegevens bieden de mogelijkheid om de ontwikkeling in de innovatieve activiteiten van ondernemers door de tijd te volgen. In deze rapportage gaan we achtereenvolgens in op de innovatieve resultaten, -inspanningen en -voornemens van MKB-ondernemers in de periode 1999-2006.

Realisatie van innovaties

Om te bepalen in welke mate bedrijven innovaties realiseren presenteren we in figuur 1 de ontwikkeling aan de hand van vier indicatoren:

- percentage MKB-bedrijven dat in de afgelopen drie jaar ten minste één innovatie heeft gerealiseerd¹;
- percentage MKB-bedrijven met productinnovaties in de afgelopen drie jaar, ofwel de introductie van nieuwe producten of diensten;
- percentage MKB-bedrijven met productinnovaties nieuw voor de bedrijfstak (dus producten of diensten die niet alleen nieuw zijn voor het eigen bedrijf) in de afgelopen drie jaar;
- percentage MKB-bedrijven met procesinnovaties in de afgelopen drie jaar, ofwel vernieuwing of verbetering van de gehanteerde werkmethoden of productieprocessen (bijv. automatisering van de boekhouding, invoering van flexibele werkplekken, de aanschaf van kleurenprinters, thuiswerken).

figuur 1 Realisatie van innovaties in de afgelopen drie jaar door bedrijven in het MKB (in procenten)



Bron: EIM, Monitor Bedrijfsvoering, 2006.

¹ Deze definitie is een samenstelling van de indicatoren over product- en procesinnovatie. Een bedrijf beschouwen we als innovatief als tenminste één van beide typen innovaties is gerealiseerd in de afgelopen drie jaar. Deze definitie is identiek aan de manier waarop in Europees verband de innovativiteit van een bedrijf wordt gemeten. Zie OECD (2005), Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition, Paris.

In 1999 lag het aantal innovatieve bedrijven in het MKB op een zeer hoog niveau. Onder invloed van de hoogconjunctuur waren ondernemers graag bereid te investeren in nieuwe producten, diensten en werkmethoden, terwijl zakelijke afnemers en consumenten gemakkelijk de portemonnee trokken om tot aanschaf hiervan over te gaan. Daarnaast zorgden de internethype en het naderende millenniumprobleem voor extra investeringen van bedrijven in ICT-toepassingen. Met de teruglopende economische ontwikkeling is sinds 2000 de bereidheid om in innovatie te investeren flink afgenomen. Dit heeft zich vertaald in een veel kleiner aantal bedrijven dat innovaties realiseert.

Thans bevindt de realisatie van innovaties zich op een dieptepunt van de onderzochte reeks. Waar in 1999 nog 87% van de ondernemers in het MKB ten minste één innovatie had gerealiseerd is dit percentage anno 2006 gedaald tot 59. Bij investeringen in nieuwe producten of diensten is het gros van de ondernemers geneigd om eerst een aantal (grotere) klanten te vinden die de innovatie zien zitten, en die de intentie uitspreken om het nieuwe product/dienst af te nemen¹. In situaties van laagconjunctuur daalt deze bereidheid en dit vertaalt zich in minder innovatie-activiteit. MKB-ondernemers zijn gevoelig voor de conjuncturele situatie alvorens zij beslissingen nemen². Zij kunnen verschillend reageren op een situatie van laagconjunctuur³:

- een afwachtende houding aannemen ('niets doen'),
- streven naar efficiëntie ('zoveel mogelijk bezuinigen') of
- streven naar een ondernemende oplossing ('dingen anders doen, bijvoorbeeld door nieuwe producten of diensten te introduceren').

Laatstgenoemde vorm is het meest gunstig voor innovatie in het MKB. Uit het genoemde EIM-onderzoek bleek echter dat een meerderheid kiest voor meer efficiëntie om tenvallende economische situaties het hoofd te bieden. Dit impliceert dat in situaties van laagconjunctuur minder innovatie is te verwachten. Omgekeerd ligt het voor de hand dat met een aantrekkende economie de innovatie-activiteit van het MKB weer zal stijgen.

Een andere oorzaak achter de daling zijn de ontwikkelingen op ICT-gebied in de laatste jaren van het vorige millennium. In 1999 lag het aantal innovatieve bedrijven op een zeer hoog niveau. Er was sprake van een internethype waardoor ondernemers meer dan gewoonlijk investeerden in automatisering. Daarnaast speelde het zogenaamde 'millenniumprobleem' wat inhield dat verouderde software in het jaar 2000 niet meer zou functioneren en een kettingreactie van problemen zou veroorzaken. Dit probleem zorgde eveneens voor grote eenmalige investeringen van bedrijven in nieuwe computerapparatuur en - software.

Het ligt niet voor de hand dat het niveau van het aantal innovatieve bedrijven uit 1999 in de eerstvolgende jaren weer wordt bereikt. Wel zal het percentage bedrijven dat innoveert in de komende jaren naar verwachting stijgen.

¹ Dit blijkt ook uit een recente studie van de AWT naar de manier waarop MKB-bedrijven gebruik maken van andere partijen als zij innoveren. Zie AWT (2006), *Opening van Zaken*, Advies nr 68, AWT: Den Haag.

² Zie Bosma, N., J. Hessels en M. Overweel, *Hoe reageren MKB-ondernemers op veranderingen in de conjunctuur?*, EIM: Zoetermeer, april 2003.

³ Pearce, J.A. en Robbins, D.K., *Entrepreneurial Recovery Strategies of Small Market Share Manufacturers*, *Journal of Business Venturing*, 9 (2): 91-108, 1994.

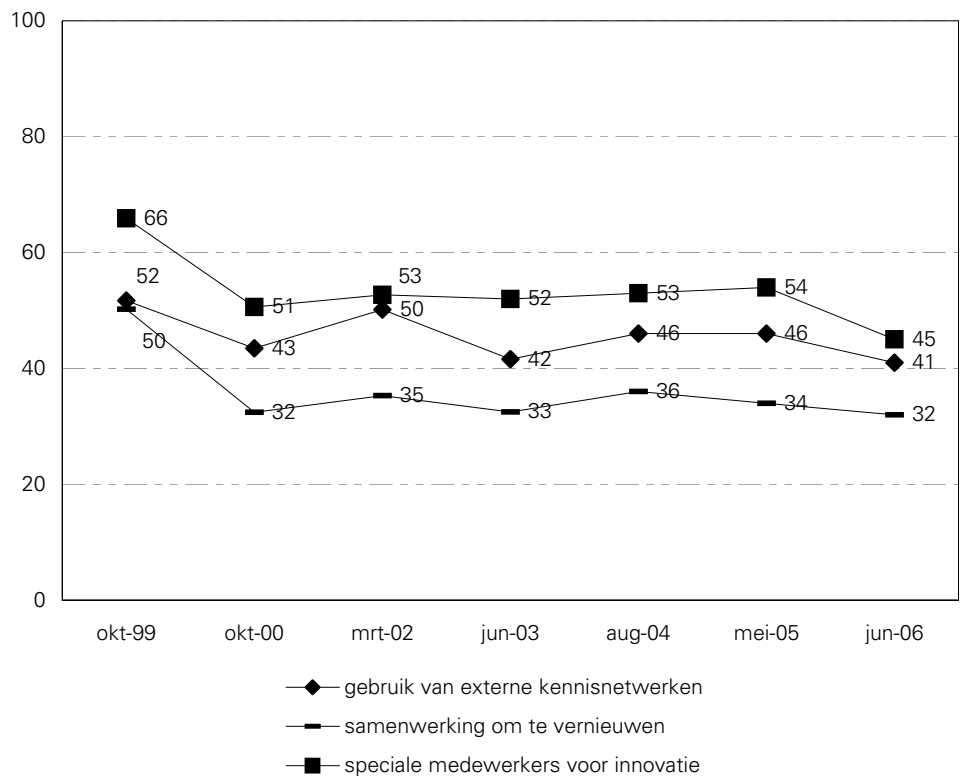
Innovatieve inspanningen

Innovatieve inspanningen van bedrijven in het MKB zijn er enerzijds op gericht om innovatiekansen te herkennen. Anderzijds zijn de concrete inspanningen van bedrijven gericht op de ontwikkeling van innovaties. Om een beeld te krijgen van de innovatieve inspanningen van MKB-bedrijven in de periode 1999-2006 zijn drie indicatoren beschikbaar:

- percentage MKB-bedrijven dat externe netwerken (met andere bedrijven en/of met kennisinstellingen) gebruikt om kennis uit te wisselen;
- percentage MKB-bedrijven dat samenwerkt om vernieuwingen te ontwikkelen;
- percentage MKB-bedrijven met gespecialiseerde innovatiemedewerkers, ofwel medewerkers die in hun dagelijkse werk betrokken zijn bij vernieuwingsinspanningen.

Uit figuur 2 blijkt dat afgaande op de drie indicatoren de innovatieve inspanningen van MKB-bedrijven na 1999 zijn gedaald en daarna op een constant niveau liggen.

figuur 2 Innovatieve inspanningen van bedrijven in het MKB (in procenten)



Bron: EIM, Monitor Bedrijfsvoering, 2006.

Het inschakelen van een extern netwerk is voor MKB-bedrijven waardevol omdat het de eigen beperkingen kan compenseren. Contact onderhouden met externe partijen (klanten, toeleveranciers, concurrenten, kennisinstellingen, etc.) biedt kansen om trends en ontwikkelingen uit de omgeving op te pikken. Hiervan kan het bedrijf gebruikmaken om te vernieuwen en te verbeteren. Het percentage bedrijven dat externe kennisnetwerken gebruikt is sinds 1999 nauwelijks gedaald.

Een goede relatie met toeleveranciers en andere partijen in de bedrijfsomgeving kan, naast een beter inzicht in klantenwensen en de realiseerbaarheid van innovatieve ideeën, resulteren in daadwerkelijke participatie van deze partijen in de ontwikkeling van

nieuwe producten en diensten. Samenwerking met andere partijen kan uitkomst bieden om een tekort aan middelen te ondervangen en de risico's van het mislukken van een innovatieproject te verkleinen¹. De mate waarin wordt samengewerkt is na 1999 structureel gedaald (van 50% naar 32%) en lijkt sindsdien een bodem te hebben bereikt.

Verder is de inzet van menskracht en financiële middelen een vereiste om te kunnen innoveren. Door hun geringe omvang hebben MKB-bedrijven beperkte personele, materiële en financiële middelen voor innovatie beschikbaar. Ook de mogelijkheden voor risicospreiding zijn beperkter dan in het grootbedrijf, omdat simpelweg minder innovatieprojecten tegelijk uitgevoerd kunnen worden. Kijken we naar het percentage bedrijven dat medewerkers in dienst heeft die zich in hun dagelijks werk met innovatie bezighouden, dan is dit percentage sinds 2000 vrijwel constant. Dit alles suggereert dat ondernemers hun interesse in innovatie niet hebben verloren; kennelijk zijn negatieve winstverwachtingen er debet aan dat er de afgelopen vijf jaar feitelijk minder innovatietrajecten in gang zijn gezet.

Innovatieve voornemens

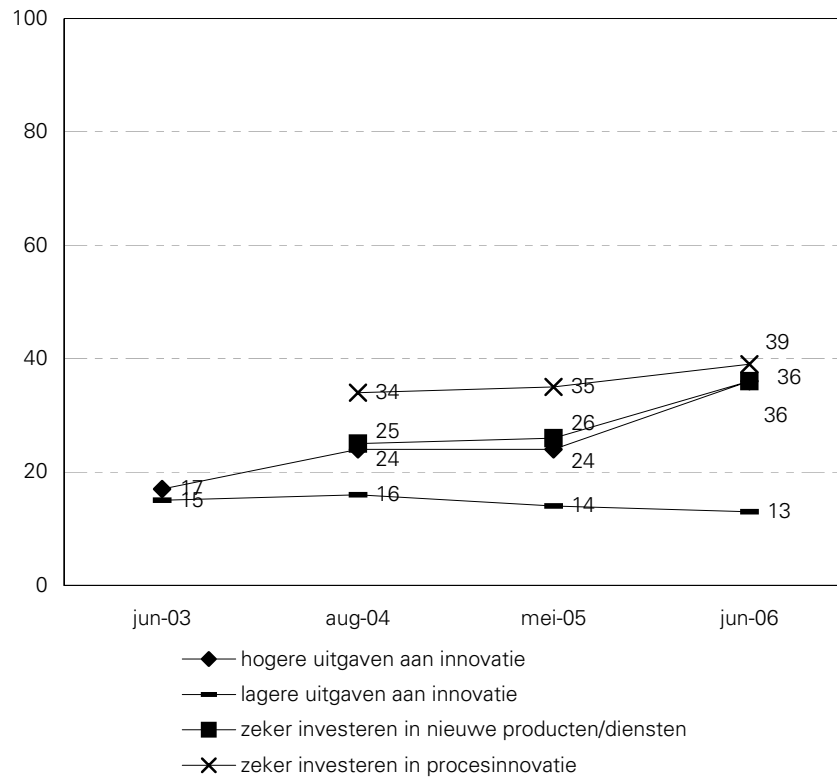
Hoe innovatie in het MKB zich in de nabije toekomst zal ontwikkelen is gemeten met behulp van de indicatoren:

- percentage MKB-bedrijven dat komend jaar meer wil gaan uitgeven aan innovatie;
- percentage MKB-bedrijven dat komend jaar minder wil gaan uitgeven aan innovatie;
- percentage MKB-bedrijven dat komend jaar zeker gaat investeren in nieuwe producten of diensten;
- percentage MKB-bedrijven dat komend jaar zeker gaat investeren in procesinnovatie.

Informatie over deze indicatoren is beschikbaar vanaf 2003 (geplande uitgaven) resp. 2004 (investeringen in product- en procesinnovatie). Uit figuur 3 blijkt dat ondernemers in het MKB komend jaar meer aan innovatie willen uitgeven.

¹ Grote bedrijven voeren vaak meerdere innovatieprojecten tegelijk uit. Dit biedt betere mogelijkheden voor risicospreiding.

figuur 3 Innovatieve voornemens van bedrijven in het MKB (in procenten)



Bron: EIM, Monitor Bedrijfsvoering, 2006.

Het aantal ondernemers dat komend jaar méér wil investeren in innovatie is in het afgelopen jaar per saldo gestegen. Nu zegt 36% voornemens te zijn er meer aan uit te geven terwijl het percentage dat minder wil investeren op 13% ligt. Met de betere economische groei zien veel ondernemers hun omzetten en winsten toenemen hetgeen betere mogelijkheden biedt om zelf innovaties te financieren. De grotere bereidheid van afnemers om te kopen vertaalt zich in een eveneens grotere bereidheid om in nieuwe producten, diensten en werkmethoden te investeren. Vooral de voornemens om nieuwe producten te ontwikkelen laten een stijging zien: van 26% van de MKB-ondernemers in mei 2005 tot 36% in juni 2006. De stijging weerspiegelt een toegenomen vertrouwen van ondernemers dat innovatie zal renderen en zal zich de komende periode naar verwachting vertalen in meer innovatieve inspanningen en gerealiseerde innovaties.

Bijlage I: Onderzoek naar innovatie

Als onderdeel van de Monitor Bedrijfsvoering (EIMMB) meet EIM hoe het is gesteld met de innovatieve resultaten, inspanningen en –voornemens van ondernemers in het MKB. Het MKB is gedefinieerd als bedrijven met minimaal één en maximaal honderd werknemers. Bedrijven zonder personeel blijven buiten beschouwing.

De Monitor Bedrijfsvoering is in 2006 afgenomen in de maanden mei en juni. Via telefonische enquêtes met 2.120 ondernemers is gekeken naar de mate van innovatie aan de hand van de kenmerken:

- de realisatie van innovaties: introductie van producten en/of diensten die nieuw zijn voor het bedrijf en voor de bedrijfstak, en verbeteringen en/of vernieuwingen in de interne bedrijfsprocessen;
- innovatieve inspanningen: gebruik van externe kennisnetwerken, samenwerking met andere organisaties om vernieuwingsprojecten uit te voeren, en de aanwezigheid van gespecialiseerde innovatiemedewerkers in het bedrijf;
- voornemens van ondernemers: ontwikkeling van financiële uitgaven aan innovatie ten opzichte van vorig jaar, en geplande investeringen in nieuwe producten en processen.

De gegevens in dit rapport zijn vergeleken met de uitkomsten van de EIM Innovatiebarometer, een inmiddels verdwenen telefonische enquête onder ondernemers die jaarlijks werd gehouden in de periode 1999-2005. De Innovatiebarometer kende een meer uitgebreide vraagstelling. De hier gerapporteerde indicatoren zijn daarvan een deelverzameling.

De gerapporteerde gegevens zijn gebaseerd op de volgende aantallen respondenten per uitgevoerde meting:

- oktober 1999 (1.757 ondernemers);
- oktober 2000 (1.619 ondernemers);
- maart 2002 (1.303 ondernemers);
- juli 2003 (1.515 ondernemers);
- juli 2004 (1.846 ondernemers);
- mei 2005 (1.955 ondernemers);
- juni 2006 (2.120 ondernemers).

Bijlage II: Verschillen naar sector

In tabel 1 is weergegeven hoe ondernemers in verschillende sectoren presteren als het gaat om innovatieve resultaten, -inspanningen en –voornemens. MKB-ondernemers in de industrie en de zakelijke dienstverlening zijn als meest innovatief te kenmerken. Naar verhouding blijven ondernemers uit de bouwnijverheid en de vervoerssector daarbij achter. Deze sectoren kennen echter hun eigen dynamiek. In de bouw en de vervoerssector zijn productinnovaties door de kenmerken van de geboden producten (homogeen, uitwisselbaar tussen aanbieders) per definitie moeilijker te realiseren, en ook in mindere mate nodig om als bedrijf te kunnen voortbestaan. In de bedrijfskolom van de bouwnijverheid is het creatieve gedeelte van het werk bijvoorbeeld de verantwoordelijkheid van architecten en ingenieurs, terwijl innovatieve bouwmethoden (bijv. nieuwe machines) door de machine-industrie worden geleverd. Verschillen in de innovativiteit naar sector kunnen niet tot conclusies leiden over verschillen in de kwaliteit van het ondernemerschap in de sectoren.

tabel 1 Innovatie in MKB-bedrijven naar sector (in procenten)

	industrie	bouw	handel & reparatie	horeca	vervoer & communicatie	zakelijke diensten	financiële diensten	persoonlijke diensten	totaal MKB
<i>Realisatie van innovaties (in afgelopen drie jaar):</i>									
% bedrijven met tenminste een innovatie	64	41	59	56	49	66	61	59	59
% bedrijven met nieuwe producten/diensten	37	13	29	24	21	35	28	41	31
% bedrijven met producten/diensten nieuw voor bedrijfstak	19	6	13	9	9	16	19	19	15
% bedrijven met procesinnovatie	56	35	50	51	45	59	56	49	52
<i>Innovatieve activiteiten:</i>									
% bedrijven dat externe kennisnetwerken gebruikt	38	31	38	36	30	52	52	48	41
% bedrijven dat samenwerkt om te vernieuwen	35	25	26	18	22	42	36	44	32
% bedrijven met gespecialiseerde innovatiemedewerkers	51	29	42	40	35	51	49	45	45
<i>Innovatieve plannen (in het komende jaar):</i>									
% bedrijven met hogere uitgaven aan innovatie	36	26	35	28	36	43	37	33	36
% bedrijven met lagere uitgaven aan innovatie	16	8	13	19	11	10	13	14	13
% bedrijven dat zeker wil investeren in nieuwe producten/diensten	37	21	34	37	33	40	36	42	36
% bedrijven dat zeker wil investeren in procesinnovatie	41	24	35	41	38	44	50	39	39

Bron: EIM, Monitor Bedrijfsvoering, 2006.