

Verbetering productkwaliteit belangrijkste doel van innovatie

Innoveren voor een schoner milieu

Bedrijven die investeren in vernieuwende activiteiten doen dat vooral om hun product te verbeteren. Vergroting van het marktaandeel en het verbreden van het productassortiment worden minder vaak genoemd. Investeren in innovaties met het doel het milieu te sparen heeft voor de meeste bedrijven geen hoge prioriteit.

Bedrijven investeren om vier redenen in vernieuwende activiteiten. De eerste is het aanbrengen van wijzigingen in het productpakket, noodzakelijk om het marktaandeel op zijn minst te behouden, liefst te vergroten. Het gaat dan met name om het vervangen van verouderde producten, het verbeteren van de kwaliteit van de bestaande producten, het verbreden van het assortiment en het vergroten van het marktaandeel. Een tweede innovatiedoel is het verbeteren van het productieproces. Daarnaast zijn nog twee doelen onderscheiden: het sparen van het milieu en het voldoen aan regelgeving van de overheid.

Milieu geen sterke prikkel

De belangrijkste innovatiedoelen hebben betrekking op het product. In het totaal noemt 95 procent van de innovatoren tenminste één van de vier productgerelateerde doelen. Het verbeteren van de kwaliteit van het product springt er duidelijk uit. Liefst 84 procent van de bedrijven met vernieuwende activiteiten noemt dit doel. Een meerderheid van de

bedrijven acht dit doel belangrijk of zelfs zeer belangrijk. Marktvergroting wordt genoemd door 77 procent van de innoverende bedrijven. Het verbreden van het assortiment (72 procent) komt op de derde plaats, het vervangen van het product wordt het minst vaak genoemd (61 procent).

Het sparen van het milieu vormt geen sterke prikkel bij het realiseren van nieuwe producten of productieprocessen. Zo'n zestig procent van de innovatoren vindt het sparen van het milieu niet of slechts enigszins van belang.

Milieubelastende bedrijfsklassen

Een patroon valt er wel waar te nemen. Met name de milieubelastende bedrijfsklassen, zoals de aardolie-industrie, chemische industrie, kunststoffenindustrie en de landbouw noemen het milieu in ieder geval als innovatiedoel. In andere sectoren waar energie en milieu een belangrijke rol spelen (papierindustrie, milieudiensten, elektriciteit en bouwnijverheid), zien we hetzelfde. We nemen ook het omgekeerde waar: in zogenaamde 'schone' secto-

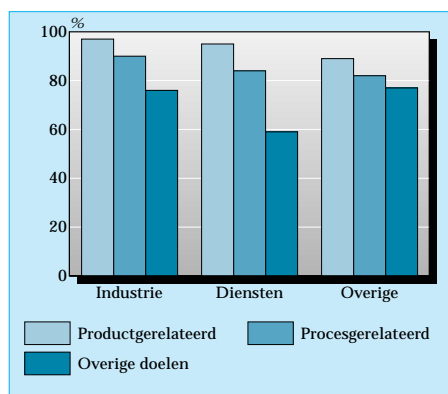
Vernieuwende activiteiten

De gegevens komen uit de CBS Innovatie-enquête. Eén van de kernvragen in de enquête is de vraag aan bedrijven of ze in de periode 1994-1996 vernieuwde producten of diensten en/of vernieuwde productieprocessen hebben gerealiseerd, of innovatieprojecten hebben uitgevoerd die (nog) niet tot gerealiseerde vernieuwingen hebben geleid. Een voorwaarde voor vernieuwing is dat er sprake moet zijn van de inzet van nieuwe technieken of kennis. Vernieuwingen die op geen enkele wijze technologische aspecten in zich dragen, worden hiermee uitgesloten. Het gaat dan onder meer om vernieuwingen op organisatorisch gebied en om het ontwikkelen van nieuwe marketingtechnieken. De resultaten van het onderzoek zijn recent gepubliceerd in *Kennis en Economie 1998*. CBS (Voorburg/Heerlen 1998).

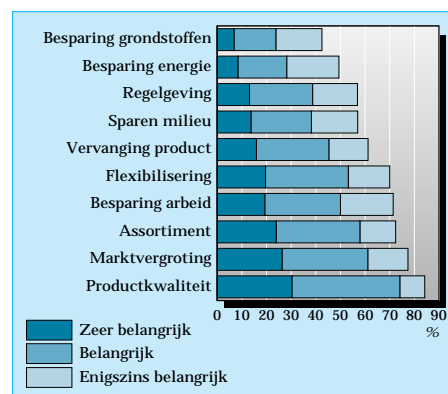
ren waar milieu niet of nauwelijks een item is zoals bij financiële instellingen, computerservicebureaus en adviesdiensten, is het ook geen motief om te investeren in schone activiteiten. Dit laatste resultaat is niet echt verrassend, maar het percentage ondernemingen in deze bedrijfsklassen dat het sparen van het milieu noemt, is niettemin opvallend laag (tussen tien en vijftien procent).

Luuk Klomp en Sjaak Pronk

Innovatiedoelen per sector, 1994/'96



Belang van innovatiedoelen, 1994/'96



Sparen van milieu, industrie, 1994/'96

