

Innovatie bij bedrijven omlaag

Vinodh Lalta

© Centraal Bureau voor de Statistiek, Voorburg/Heerlen, 2005.
Bronvermelding is verplicht. Verveelvoudiging voor eigen gebruik of intern gebruik is toegestaan.

Verklaring der tekens

.	= gegevens ontbreken
*	= voorlopig cijfer
x	= geheim
–	= nihil
–	= (indien voorkomend tussen twee getallen) tot en met
0 (0,0)	= het getal is minder dan de helft van de gekozen eenheid
niets (blank)	= een cijfer kan op logische gronden niet voorkomen
2003–2004	= 2003 tot en met 2004
2003/2004	= het gemiddelde over de jaren 2003 tot en met 2004
2003/04	= oogstjaar, boekjaar, schooljaar enz. beginnend in 2003 en eindigend in 2004
2001/02–2003/04	= boekjaar enz., 2001/02 tot en met 2003/04

In geval van afronding kan het voorkomen dat de totalen niet geheel overeenstemmen met de som der opgetelde getallen.

Verbeterde cijfers in de staten en tabellen zijn niet als zodanig gekenmerkt.

Innovatie bij bedrijven omlaag

Vinodh Lalta ¹⁾

In de industrie heeft in 2002 nog slechts 35 procent van de bedrijven in de daaraan voorafgaande drie jaar een innovatie gerealiseerd. In 2000 was dat nog 50 procent. In de industrie lag de innovatiegraad in beide perioden twee keer zo hoog als in de dienstensector. Het aandeel omzet dat uit de geïnnoveerde producten wordt gehaald is voor de twee vergelijkbaar, ongeveer een kwart. De levensduur van innovaties wordt binnen de industrie weer langer ingeschat dan in de dienstensector. Dit zijn een aantal resultaten van de tweejaarlijkse innovatie-enquête die wordt uitgevoerd onder bedrijven ²⁾.

Inleiding

Innoveren bij bedrijven betreft het doelbewust vernieuwen van hun producten, diensten of processen, maar ook het ingrijpend veranderen van organisatievormen of marketingstrategieën. Om te kunnen vernieuwen, moet een bedrijf kennis of informatie verzamelen en toepassen die nieuw is vanuit het gezichtspunt van dat bedrijf. Bedrijven kunnen verschillende redenen hebben om te innoveren: om beter te kunnen inspelen op wensen van klanten, om hun concurrentiepositie veilig te stellen of om betere prestaties te halen. In de praktijk gaat het bij innovatie vaak om mensen en de kunst van het combineren van verschillende soorten kennis tot iets nieuws. Voorbeelden van technologische innovatie zijn het vernieuwen van producten, diensten en processen.

Aanzienlijke daling in percentage innovatieve bedrijven

Van de ruim 59 duizend bedrijven met 10 of meer werkzame personen die het Nederlandse bedrijfsleven in 2002 telde, heeft

17 procent in de periode 2000–2002 een innovatie gerealiseerd. Ten opzichte van de voorgaande jaren is dit aandeel bedrijven met gerealiseerde product- of procesinnovaties bijna gehalveerd. Zoals in figuur 1 is te zien, vonden in alle sectoren dergelijke afnamen plaats. Zo heeft in de industrie in 2002 nog slechts 35 procent van de bedrijven in de voorafgaande drie jaar een innovatie gerealiseerd, tegenover 50 procent in 2000. In de dienstensector vond een halvering plaats in het aandeel bedrijven met gerealiseerde innovaties van 28 procent naar 14 procent. In de sector overig ³⁾ is dit aandeel zelfs gedaald van 22 procent naar 9 procent in 2002.

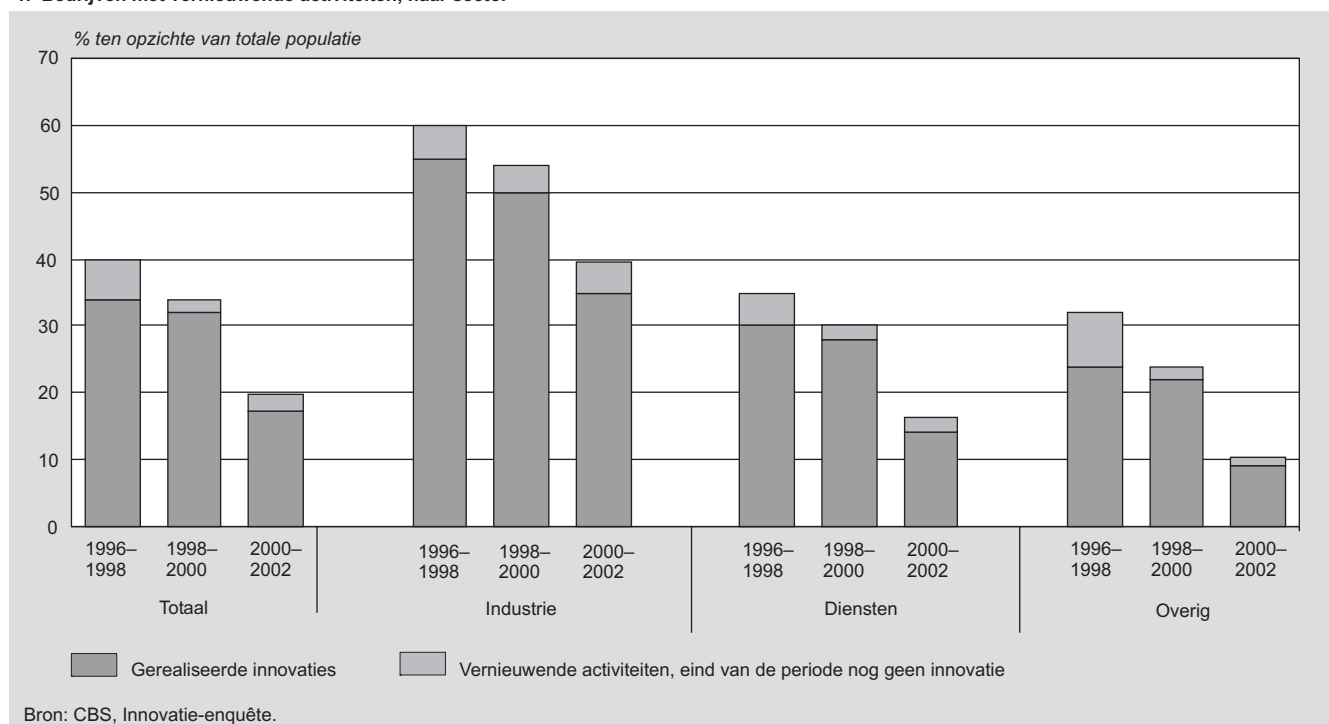
Het percentage bedrijven dat bezig is geweest met vernieuwende activiteiten zonder dat dit eind 2002 daadwerkelijk een succesvolle innovatie heeft opgeleverd, is in alle sectoren vrijwel onveranderd gebleven. Het totale aandeel bedrijven dat zich in de afgelopen periode heeft beziggehouden met innovatieve activiteiten – al dan niet met succesvolle afloop – bedroeg in 2002 dan ook slechts 20 procent. Het percentage innovatoren, de innovatiegraad, is hiermee gehalveerd sinds de periode 1996–1998.

Op het niveau van de bedrijfstakken blijkt dat industriële bedrijven relatief vaker innovatieve activiteiten ondernemen dan bedrijven in de dienstensector en de sector overig. In de industrie zien we dat in het merendeel van de bedrijfstakken ruim de helft van de bedrijven zich bezighoudt met vernieuwende activiteiten. De hoogste innovatiegraden zijn hierbij te vinden in de overige chemische eindproductenindustrie, de chemische basisproductenindustrie en de farmaceutische industrie (zie tabel 1).

Omzetaandelen van geïnnoveerde producten als innovatiemeter

Met de zojuist besproken innovatiegraad is niet het belang aangegeven van de vernieuwing voor het bedrijf zelf. Een maatstaf hiervoor is het omzetaandeel van nieuwe of sterk verbeterde

1. Bedrijven met vernieuwende activiteiten, naar sector



Tabel 1
Bedrijven met vernieuwende activiteiten (innovatoren) naar bedrijfsklasse in 2000–2002 ¹⁾

	Totaal		w.o. met gerealiseerde innovaties ultimo 2002			
	1	2	totaal		w.o. met (als % van kolom 3)	
			3	4	5	6
	abs.	% ²⁾	abs.	% ³⁾	%	
Totaal	11 755	20	10 294	17	83	58
Industrie	4 661	40	4 110	35	86	65
Voedings- en genotmiddelenindustrie	509	30	433	26	75	82
Textiel- en lederindustrie	116	24	106	22	84	73
Papierindustrie	140	55	121	48	82	85
Uitgeverijen en drukkerijen	344	26	317	24	75	92
Aardolie-industrie	12	50	12	50	100	58
Chemische basisproductenindustrie	110	67	99	60	95	76
Farmaceutische industrie	41	66	29	45	88	72
Overige chemische eindproductenind.	169	79	158	74	97	51
Rubber- en kunststofindustrie	260	51	231	45	89	80
Basismetalenindustrie	61	53	57	49	84	65
Metaalproductenindustrie	805	37	700	32	89	64
Machine-industrie	834	55	737	49	92	45
Elektrotechnische industrie	387	48	377	47	95	48
Transportmiddelenindustrie	209	38	171	31	98	50
Overige industrie	663	35	563	30	78	69
Diensten	5 983	16	5 226	14	83	53
Overig	1 112	10	958	9	72	57

¹⁾ Inclusief de bedrijven die zich in 2000–2002 bezighielden met (technologische) innovatieve activiteiten en waarbij eind 2002 nog geen innovaties waren gerealiseerd.

²⁾ De percentages in deze kolom geven aan hoeveel innovatoren er eind 2002 zijn ten opzichte van alle bedrijven met tenminste 10 werkzame personen in de desbetreffende groep.

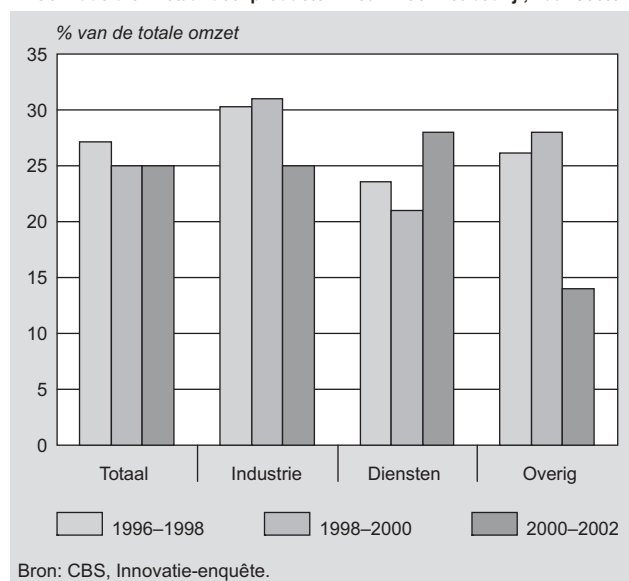
³⁾ De percentages in deze kolom geven aan hoeveel innovatoren er eind 2002 zijn met gerealiseerde innovaties ten opzichte van alle bedrijven met tenminste 10 werkzame personen in de desbetreffende groep.

Bron: CBS, Innovatie-enquête.

producten in de totale omzet. Deze indicator heeft echter ook enkele beperkingen. Ten eerste heeft de maatstaf alleen betrekking op innovatieve producten. Voor processen is de bijdrage aan de omzet immers niet (objectief) vast te stellen. Een tweede beperking van het omzetaandeel van nieuwe producten als indicator is, dat de bijdrage van nieuwe producten aan de omzet enige tijd vergt om zich volledig te manifesteren. Voor producten die aan het begin van 2000 zijn geïntroduceerd, zal het aandeel in de omzet van 2002 naar verwachting groter zijn dan voor producten die pas in 2002 op de markt zijn gekomen.

Voor productinnovatoren in 2000–2002 maakte de opbrengst van de verkoop van nieuwe en verbeterde producten gemiddeld 25 procent uit van hun totale omzet in 2002. Dit percentage is onveranderd ten opzichte van 1998–2000. Per sector bekeken, zien we dat in de industrie het omzetaandeel van nieuwe producten gedaald is van 31 procent in 2000 naar 25 procent. In de dienstensector is de relatieve omzet van de verkoop van productinnovaties juist gestegen van 21 naar 28 procent.

2. Gemiddeld omzetaandeel producten nieuw voor het bedrijf, naar sector

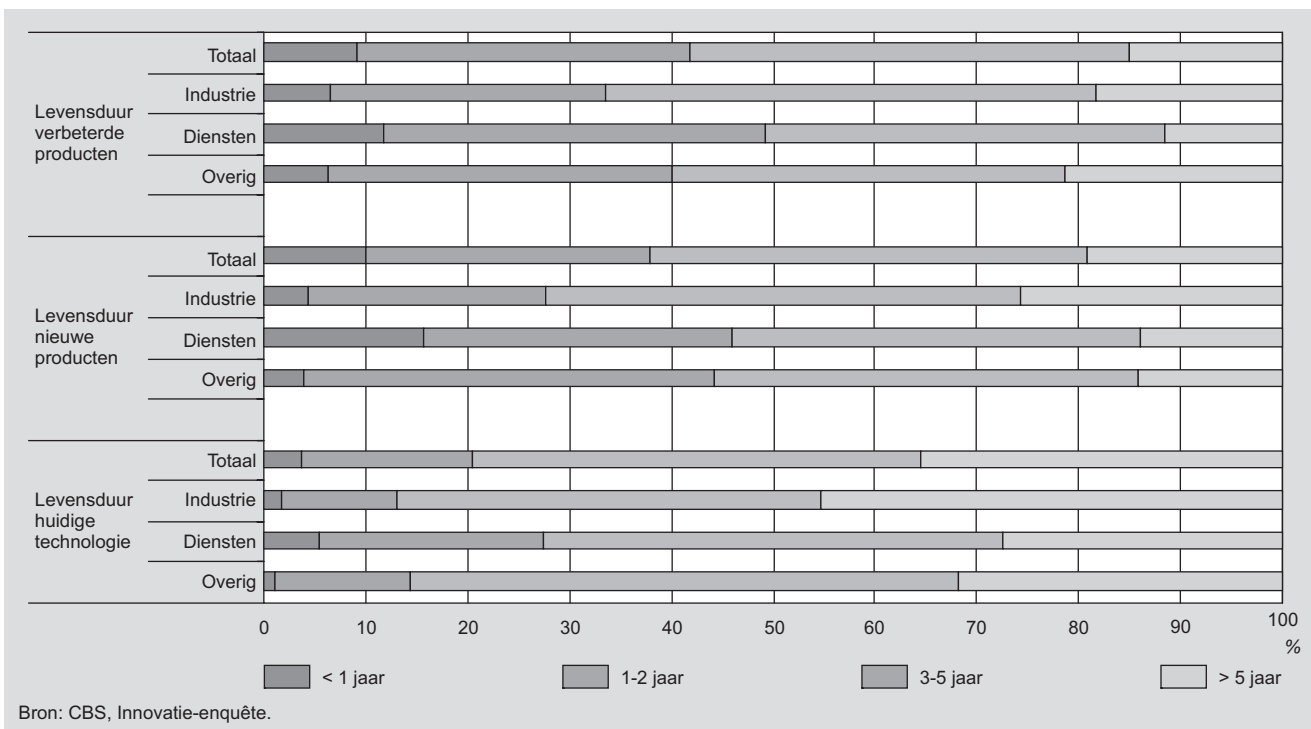


Industriële innovaties zijn langer te verkopen

In de Innovatie-enquête 2000–2002 zijn voor het eerst vragen opgenomen over de levensduur van innovaties. Zo is aan de innovatieve bedrijven gevraagd een schatting te maken van het aantal jaren dat zij denken hun nieuwe en hun verbeterde producten te kunnen aanbieden zonder deze opnieuw wezenlijk te moeten verbeteren. Daarnaast werd ook gevraagd wanneer zij verwachten dat de technologie die zij momenteel gebruiken voor het maken van de productinnovaties, in het bedrijf plaats zal moeten maken voor een wezenlijk nieuwe technologie.

In figuur 3 is de verdeling van de antwoorden op deze vragen weergegeven op sectorniveau. Hier zien we dat zowel verbeterde als nieuwe producten volgens het merendeel van de productinnovatoren in ongewijzigde vorm verkocht kunnen worden voor een periode van 1 tot meer dan 5 jaar. Een levensduur van 3 tot 5 jaar komt hierbij volgens de bedrijven het meest voor. In de dienstensector zijn daarnaast relatief veel productinnovatoren die verwachten dat hun innovaties niet langer dan een jaar kunnen worden aangeboden. Daartegenover staan relatief veel bedrijven in de industrie die vooral van nieuwe, maar ook van verbeterde producten verwachten dat die langer dan 5 jaar zonder vernieuwing verkocht kunnen worden.

3. Geschatte levensduur verbeterde en nieuwe producten, huidige technologie, naar sector, 2002



De huidige technologie waarmee de verbeterde en nieuwe producten en diensten worden voortgebracht, gaat, zonder die te vernieuwen, naar verwachting langer mee dan deze innovaties zelf. Circa 80 procent van de productinnovatoren rekent op een levensduur van minimaal 3 jaar. Opnieuw wordt in de dienstensector de levensduur van de huidige technologie korter geschat dan in de industrie. In de dienstensector verwacht bijna 30 procent van de productinnovatoren namelijk een levensduur van minder dan 3 jaar. Dit aandeel is ongeveer twee keer zo hoog als in de andere sectoren.

Noten in de tekst

- 1) De auteur is werkzaam bij de sector Bedrijfsstatistieken statistische analyse Voorburg.
- 2) Meer informatie over de innovatie-enquête staat in de publicatie [Kennis en economie 2004](#).
- 3) De sector 'Overig' bestaat uit de volgende bedrijfstakken: Landbouw, bosbouw en visserij; Delfstoffenwinning; Energie, gas en water en Bouwnijverheid.