

**M201115**

**Innovatie in het MKB**

**Ontwikkelingen 1999-2011**

A. Ruis

Zoetermeer, oktober 2011





## **Crisis drukt innovativiteit**

*De economische crisis heeft zijn weerslag op de innovativiteit in het midden- en kleinbedrijf (MKB). EIM meet sinds 1999 innovatie in het MKB. Het aandeel innovatieve bedrijven is sinds 2007 in rap tempo gedaald. In 2011 heeft het aandeel het laagste niveau bereikt in de afgelopen dertien jaar.*

*Gelet op de innovatieve activiteiten is er vooral sprake van een daling van het aandeel bedrijven dat samenwerkt om vernieuwingen te ontwikkelen. Ook is het aandeel MKB-bedrijven met medewerkers die zich specifiek bezighouden met innovatie sterk afgenomen. Het gebruik van externe kennisnetwerken is daarentegen redelijk stabiel.*

*De economische ontwikkeling blijkt van invloed op de innovatieve voornemens van ondernemers. In tijden waarin de economische groei tegenvalt, zijn ondernemers duidelijk minder bereid tot innovatie.*

*Naar sector bezien, zijn de verschillen in innovativiteit duidelijk toegenomen over de tijd. In alle sectoren is per saldo sprake van een daling van het aandeel innovatieve MKB-bedrijven, echter is de daling in de industrie bijvoorbeeld veel minder sterk geweest dan in de horeca en overige dienstverlening.*

*Binnen het MKB is de innovativiteit in het kleinbedrijf sneller afgenomen dan in het middenbedrijf.*

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 realisatie van innovaties, innovatieve inspanningen en innovatieve voornemens van MKB-ondernemers in de periode 1999-2011. Tot slot staan we kort stil bij sectorale verschillen en verschillen tussen kleine en middelgrote bedrijven voor wat betreft de mate van innovativiteit.

## **1 Realisatie van innovatie**

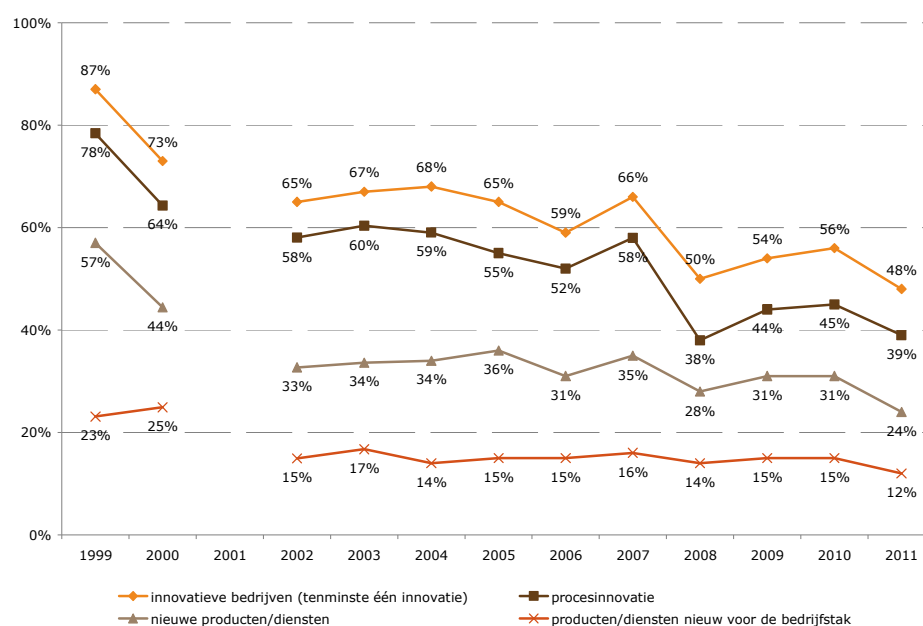
Om te bepalen in welke mate MKB-bedrijven<sup>1</sup> innovaties realiseren, presenteren we in Figuur 1 de ontwikkeling sinds 1999 aan de hand van vier indicatoren:

- het percentage MKB-bedrijven dat in de afgelopen drie jaar ten minste één innovatie heeft gerealiseerd<sup>1</sup>;

<sup>1</sup> Het MKB is in dit onderzoek gedefinieerd als alle bedrijven tot 100 werkzame personen, in tegenstelling tot de steeds meer gebruikte definitie van 250 werkzame personen. Dit omdat eerdere metingen alleen zijn verricht onder bedrijven tot 100 werkzame personen.

- het percentage MKB-bedrijven met productinnovaties in de afgelopen drie jaar, ofwel de introductie van nieuwe producten of diensten;
- het 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;
- het percentage MKB-bedrijven met procesinnovaties in de afgelopen drie jaar, ofwel vernieuwing of verbetering van de gehanteerde werkmethode of productieprocessen (bijv. automatisering van de boekhouding, invoering van flexibele werkplekken, thuiswerken).

Figuur 1 Realisaties van innovaties in de afgelopen drie jaar door bedrijven in het MKB (in procenten), 1999-2011



Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 1999-2011.

In 1999 lag het aandeel innovatieve bedrijven in het MKB op een zeer hoog niveau. Onder invloed van de hoogconjunctuur werd er veel geïnvesteerd in nieuwe producten, diensten en werkmethode, 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. Dit heeft geleid tot grote eenmalige investeringen van bedrijven in nieuwe computerapparatuur en -software. Met de teruglopende economische ontwikkeling veranderde het klimaat en nam de bereidheid tot investeren na 2000 flink af. Dit heeft zich vertaald in een veel kleiner aandeel innovatieve MKB-bedrijven.

<sup>1</sup> Deze definitie is een samenstelling van de indicatoren over product- en procesinnovatie. Een bedrijf beschouwen we als innovatief als ten minste 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, Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition, Paris, 2005.

In de jaren daarna bleef het aandeel innovatieve MKB-bedrijven redelijk constant. In 2005/2006 was er weliswaar sprake van een lichte teruggang, maar hier stond een sterke toename in 2007 tegenover. De impact van de crisis is duidelijk terug te zien in Figuur 1. In 2008 daalt het aandeel innovatieve MKB-bedrijven van maar liefst 66 procent naar 50 procent (i.e. een kwart minder innovatieve bedrijven). In 2009 en 2010 steeg het aandeel innovatieve MKB-bedrijven licht. Het aandeel is echter in 2011 wederom gedaald, nu tot onder de 50 procent. Dit is het laagste niveau sinds de metingen zijn gestart in 1999.

Gelet op de ontwikkeling van de innovatieresultaten over een langere periode, lijkt er een positieve relatie te zijn met de conjunctuur: in perioden van hoogconjunctuur is de bereidheid tot innovatie groter en vice versa. Ook uit eerder onderzoek blijkt dat MKB-ondernemers rekening houden met de conjuncturele situatie bij het nemen van beslissingen<sup>1</sup>. Zij kunnen verschillend reageren op een situatie van laagconjunctuur<sup>2</sup>:

- een afwachtende houding aannemen ('niets doen');
- streven naar efficiëntie ('zoveel mogelijk bezuinigen');
- 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 tegenvallende economische situaties het hoofd te bieden. Dit impliceert dat in situaties van laagconjunctuur minder innovatie is te verwachten. In situaties van een opgaande conjunctuur geldt het omgekeerde. Toch zien ondernemers ook in economisch mindere tijden kansen en worden zij juist gestimuleerd tot innovatie. Zo blijkt uit het rapport 'Ondernemen in de crisistijd'<sup>3</sup> dat ongeveer één op de drie MKB-bedrijven meer kansen dan bedreigingen ziet in de crisis. Bedrijven zoeken naar nieuwe afzetmarkten, breiden hun producten- of dienstenaanbod uit of doen extra investeringen.

## 2 Innovatieve activiteiten

Innovatieve activiteiten van bedrijven in het MKB zijn er enerzijds op gericht om innovatiekansen te herkennen, en anderzijds de ontwikkeling van innovaties te bewerkstelligen. Om een beeld te krijgen van de innovatieve activiteiten van MKB-bedrijven in de periode 1999-2011, zijn drie indicatoren beschikbaar:

- het percentage MKB-bedrijven dat externe netwerken (met andere bedrijven en/of met kennisinstellingen) gebruikt om kennis uit te wisselen;

<sup>1</sup> Zie Bosma, N., J. Hessels en M. Overweel, Hoe reageren MKB-ondernemers op veranderingen in de conjunctuur?, EIM: Zoetermeer, april 2003.

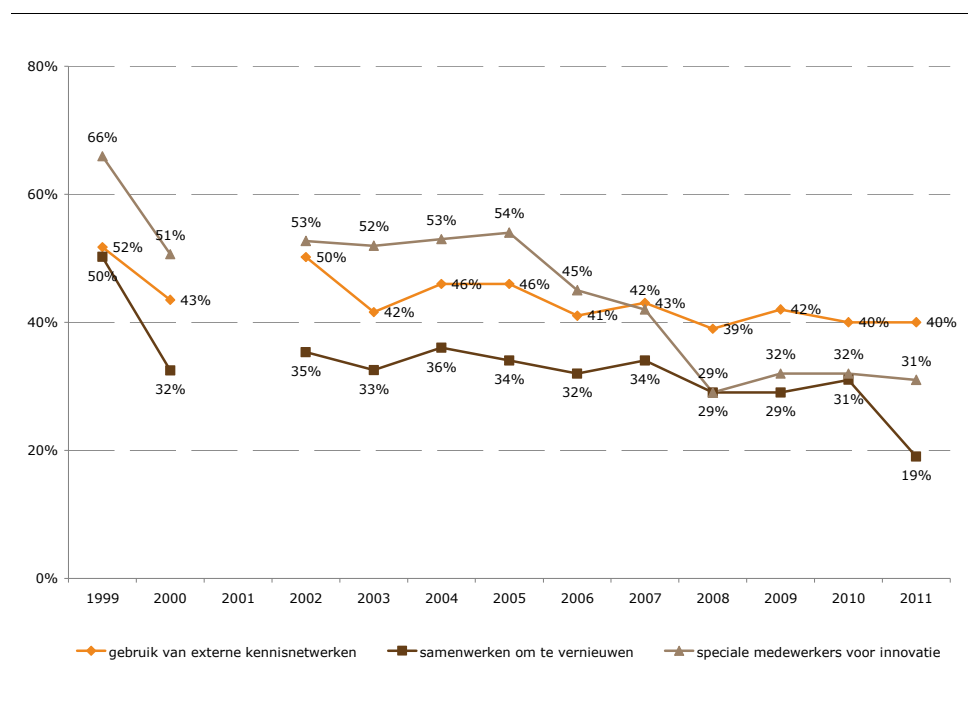
<sup>2</sup> Pearce, J.A. en Robbins, D.K., Entrepreneurial Recovery Strategies of Small Market Share Manufacturers, *Journal of Business Venturing*, 9 (2): 91-108, 1994.

<sup>3</sup> Pleijster, F. en M.J. Overweel, Ondernemen in crisistijd, EIM: Zoetermeer, november 2009.

- het percentage MKB-bedrijven dat samenwerkt om vernieuwingen te ontwikkelen;
- het 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 activiteiten van MKB-bedrijven na 1999 zijn gedaald en daarna voor een aantal jaren op een redelijk constant niveau liggen. Sinds 2006/2007 heeft zich een nieuwe daling ingezet. Steeds minder bedrijven werken samen om te vernieuwen en ook de inzet van speciale werknemers voor innovatie ligt lager dan voor 2006/2007. Opvallend is de daling in 2011 van het aandeel bedrijven dat zegt samen te werken om te vernieuwen. Zeker gezien het feit dat de andere twee indicatoren op een vergelijkbaar niveau zijn gebleven. We benadrukken dat de gepresenteerde indicatoren geen volledig beeld geven van de mate waarin bedrijven innoveren. Voor de concrete innovatie-uitgaven van bedrijven zijn bijvoorbeeld geen gegevens beschikbaar.

Figuur 2 Innovatieve activiteiten van bedrijven in het MKB (in procenten), 1999-2011



Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 1999-2011.

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 gebruik maken om te vernieuwen en te verbeteren. Het percentage bedrijven dat externe kennisnetwerken gebruikt, is over de tijd vrij stabiel. Alleen in 1999 en 2002 lag het aandeel beduidend hoger dan in de andere jaren.

Een goede relatie met toeleveranciers en andere partijen in de bedrijfsomgeving kan 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 verkleinen. Tot 2010 blijft de mate waarin wordt samengewerkt op een stabiel niveau, behoudens de piek in 1999. In 2011 is sprake van een forse daling van het aandeel MKB-bedrijven dat aangeeft samen te werken om te innoveren.

Verder is de inzet van menskracht en financiële middelen een vereiste om te kunnen innoveren. Door hun geringe omvang hebben MKB-bedrijven veelal 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. Gelet op het percentage bedrijven dat medewerkers in dienst heeft die zich in hun dagelijks werk met innovatie bezighouden, is een dalende trend waarneembaar in de periode 1999-2011. De afname vond vooral plaats in 2000 en in 2006, 2007 en 2008. Opmerkelijk is dat, ondanks de crisis, het aandeel sindsdien niet meer verder is gedaald en zelfs licht is gestegen.

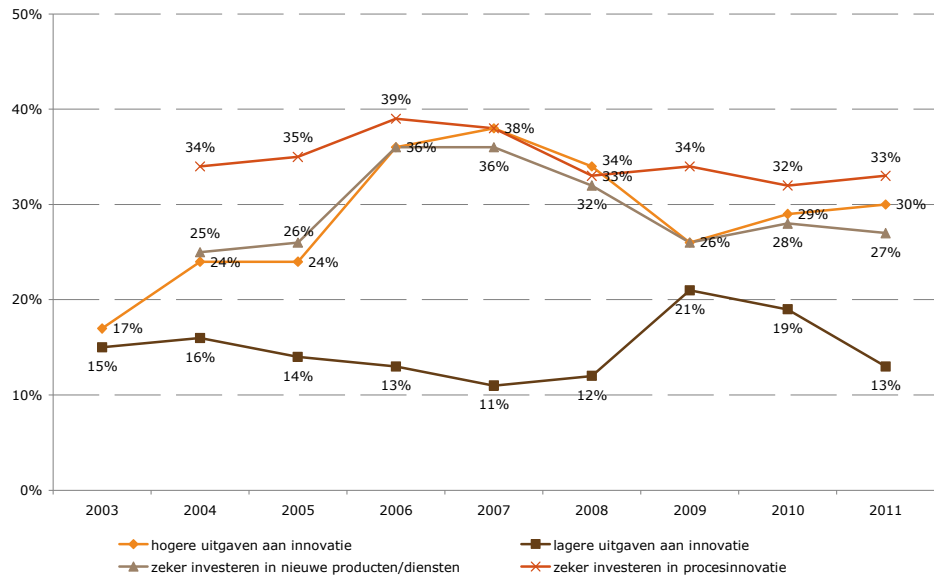
### 3 Innovatieve voornemens

Hoe innovatie in het MKB zich in de nabije toekomst zal ontwikkelen, wordt in kaart gebracht aan de hand van de volgende indicatoren:

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

Informatie over deze indicatoren is beschikbaar vanaf 2003 (geplande uitgaven) respectievelijk 2004 (investeringen in product- en procesinnovatie). Uit Figuur 3 blijkt een relatie tussen bovenstaande indicatoren en de economische ontwikkeling. In tijden waarin de economische groei tegenvalt (2003/2004, 2009), zijn ondernemers duidelijk minder bereid tot innovatie.

Figuur 3 Innovatieve voornemens van bedrijven in het MKB (in procenten), 2003-2011



Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2003-2011.

Figuur 3 laat zien dat ondernemers in de afgelopen twee jaar bereid zijn geweest meer uit te geven aan innovatie. Dit na de flinke teruggang in 2009. De ondernemers die aangeven minder te zullen gaan uitgeven aan innovatie zijn naar verhouding afgenomen in de laatste twee jaar.

Het aandeel MKB-bedrijven dat zeker gaat investeren in nieuwe producten/diensten, gaat hand in hand met het aandeel MKB-bedrijven dat aangeeft meer te gaan uitgeven aan innovatie. Procesinnovaties lijken op basis van bovenstaand figuur minder gevoelig voor de conjunctuur dan innovaties m.b.t. producten/diensten. Dit blijkt echter niet uit realisaties zoals gepresenteerd in Figuur 1.

## 4 Sectorale verschillen

De prestaties van ondernemers voor wat betreft innovatieve resultaten, innovatieve inspanningen en innovatieve voornemens kennen sectorale verschillen. MKB-ondernemers in de industrie, groothandel en communicatie zijn anno 2011 per saldo het meest innovatief. Binnen de industrie is in de chemische, rubber- en kunststofindustrie de hoogste innovativiteit.

In de bouw, horeca, transport en overige dienstverlening is de innovativiteit naar verhouding het laagst. Deze sectoren kennen echter hun eigen dynamiek. Innovatie draait hier vaker om de adoptie van toepassingen die elders in het bedrijfsleven zijn ontwikkeld.

Tabel 1 Innovatie in MKB-bedrijven naar sector (in procenten), 2011

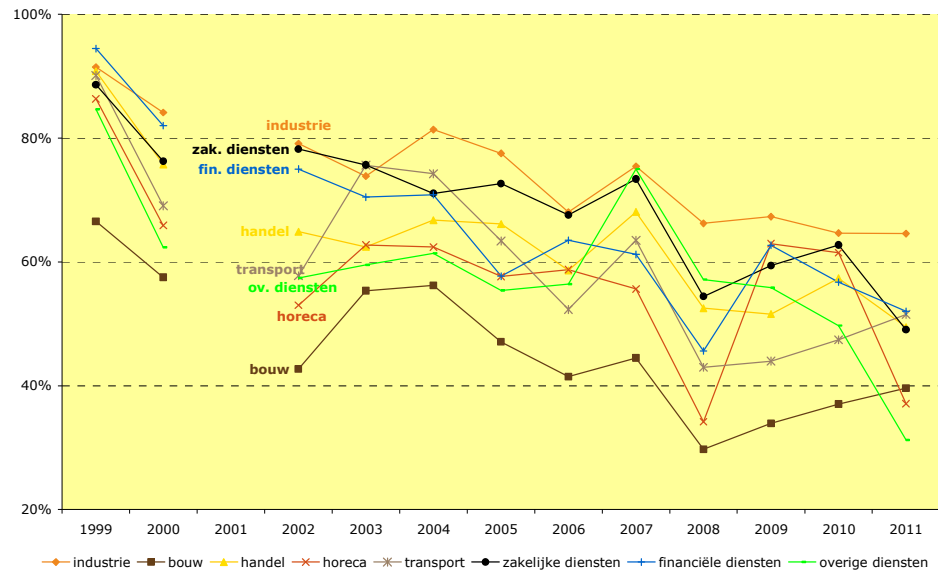
Sector	Realisaties van innovaties				Innov. activiteiten			Innovatieve voornemens				Innovativiteit t.o.v. MKB algemeen*
	Ten minste één innovatie	Productinnovatie	Producten nieuw voor bedrijfstak	Procesinnovatie	Externe kennisnetwerken	Samenwerking	Gespecialiseerde medewerkers	Meer uitgaven aan innovatie	Minder uitgaven aan innovatie	Zeker investeren in productinnovatie	Zeker investeren in procesinnovatie	
<i>Industrie</i>												
- v&g industrie	65	47	16	53	43	14	43	31	20	39	46	+
- chemische industrie	69	47	35	63	56	35	59	56	6	47	59	++
- metaalindustrie	63	38	21	53	44	27	42	40	10	34	51	+
- overige industrie	65	33	19	57	41	20	41	24	13	27	38	+
<i>Bouw</i>	40	11	4	37	30	16	23	26	11	14	23	-
<i>Diensten</i>												
- autosector	42	38	3	39	33	7	22	22	10	20	42	0
- groothandel	56	38	20	45	44	25	41	27	13	31	38	+
- detailhandel	47	28	12	33	34	15	24	28	16	32	30	0
- horeca	37	19	6	29	31	4	22	27	19	24	25	-
- transport	33	14	7	25	28	13	23	33	19	24	32	--
- communicatie	72	50	33	56	57	37	61	50	10	50	44	++
- financiële diensten	52	26	15	50	49	25	31	32	11	29	45	0
- verh. & expl. onr. goed	49	18	10	39	51	24	44	30	15	27	31	0
- zakelijke diensten	49	26	15	41	51	28	34	30	11	30	34	0
- overige diensten	31	15	7	26	22	12	24	24	11	29	21	-
<b>MKB totaal</b>	<b>47</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>19</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	

\* (+)+ = (veel) hoger dan gemiddeld, 0 = ongeveer gemiddeld, (-)- = (veel) lager dan gemiddeld.

Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2011.

Figuur 4 toont dat de verschillen in innovativiteit tussen sectoren duidelijk zijn toegenomen over de tijd. In 1999 lag het aandeel innovatieve MKB-bedrijven (ten minste één innovatie, zie hoofdstuk 1) nog boven de 85 procent in iedere sector, uitgezonderd de bouw. Daarna daalde het aandeel innovatieve MKB-bedrijven weliswaar in alle sectoren, maar niet in elke sector even snel. Het aandeel is het minst hard gedaald in de industrie en het sterkst in de horeca en overige dienstverlening. Het patroon over de totale periode 1999-2008 is voor de acht sectoren redelijk vergelijkbaar.

Figuur 4 Innovatieve bedrijven (ten minste één innovatie) in het MKB (in procenten), naar sector, 1999-2011



Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 1999-2011.

## 5 Innovatie naar grootteklasse

Tot slot wordt ingegaan op de verschillen in innovativiteit tussen kleine en middelgrote bedrijven. Tabel 2 laat zien dat het middenbedrijf (10-99 werkzame personen) beduidend innovatiever is dan het kleinbedrijf (1-9 werkzame personen). In hoofdstuk 2 is reeds opgemerkt dat het MKB minder innovatief is dan het grootbedrijf (beperkte personele, materiële en financiële middelen voor innovatie beschikbaar, minder mogelijkheden voor risicospreiding). Dezelfde redenering kan worden toegepast op de bedrijven binnen het MKB. Dit verklaart voor een deel het verschil tussen het kleinbedrijf en het middenbedrijf.

Daarnaast kan het verschil worden verklaard door te kijken naar de sectorstructuur. Het middenbedrijf is vergeleken met het kleinbedrijf sterk vertegenwoordigd in de industrie, de groothandel en de transportsector. Het kleinbedrijf is daarentegen relatief sterker vertegenwoordigd in de detailhandel, horeca en overige dienstverlening. Dit in combinatie met de uitkomsten uit het vorige hoofdstuk, biedt eveneens een verklaring voor het verschil in innovativiteit tussen het kleinbedrijf en het middenbedrijf.

Binnen de kleine bedrijven hebben we onderscheid gemaakt tussen bedrijven met 1 werkzame persoon en bedrijven met 2 t/m 9 werkzame personen.

De eerste groep bestaat voor een groot deel uit zzp'ers.<sup>1</sup> Het blijkt dat de groep bedrijven met 1 werkzame persoon minder innovatief is dan overige bedrijven uit het kleinbedrijf. Toch kan hierbij een kanttekening worden geplaatst. Uit onderzoek komt naar voren dat zzp'ers over het algemeen niet minder maar ánders innovatief zijn. Zzp'ers fungeren vaker dan MKB-bedrijven als toepasser van vernieuwingen. Zij innoveren door het combineren en toepassen van elders beproefde kennis en methoden. Dit komt goed tot zijn recht als zzp'ers worden ingeschakeld voor innovatietrajecten van andere partijen.

Tabel 2 Innovatie in MKB-bedrijven naar grootteklasse (in procenten), 2011

Sector	Realisaties van innovaties				Innov. activiteiten			Innovatieve voornemens				Innovativiteit t.o.v. MKB algemeen*
	Ten minste één innovatie	Productinnovatie	Producten nieuw voor bedrijfstak	Procesinnovatie	Externe kennisnetwerken	Samenwerking	Gespecialiseerde medewerkers	Meer uitgaven aan innovatie	Minder uitgaven aan innovatie	Zeker investeren in productinnovatie	Zeker investeren in procesinnovatie	
<b>Kleinbedrijf (1-9 wp)</b>	<b>42</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>34</b>	<b>36</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	-
- 1 wp	36	17	9	25	32	13	24	26	12	22	20	--
- 2-9 wp	46	21	10	39	38	16	26	28	14	26	31	0
<b>Middenbedrijf (10-99 wp)</b>	<b>73</b>	<b>45</b>	<b>25</b>	<b>64</b>	<b>61</b>	<b>40</b>	<b>55</b>	<b>40</b>	<b>13</b>	<b>39</b>	<b>61</b>	+
<b>MKB</b>	<b>47</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>19</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	

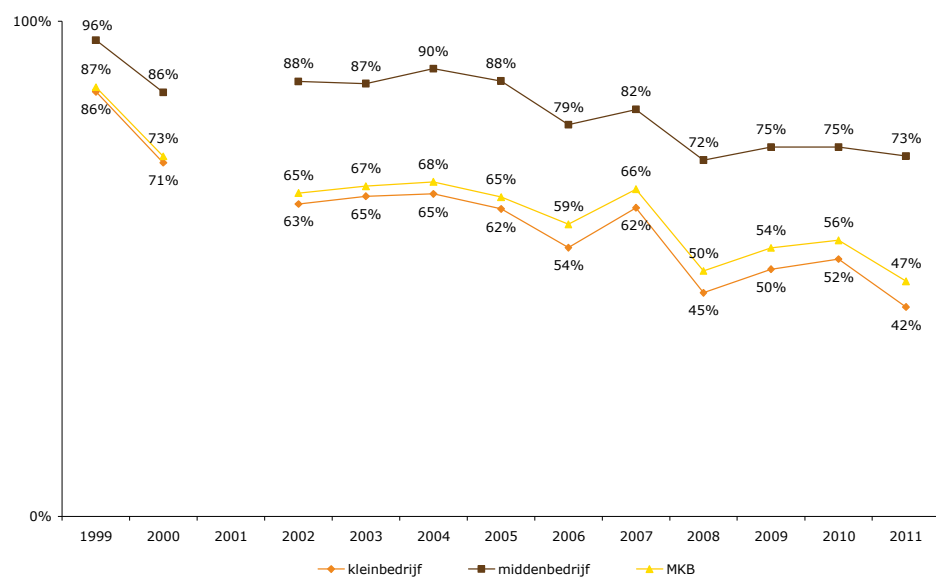
\* (+)+ = (veel) hoger dan gemiddeld, 0 = ongeveer gemiddeld, (-)- = (veel) lager dan gemiddeld.

Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2011.

In Figuur 5 is het aandeel innovatieve bedrijven naar grootteklasse weergegeven voor de periode 1999-2011. Het figuur laat zien dat het aandeel in het kleinbedrijf veel sterker is afgenomen dan in het middenbedrijf. In hoofdstuk 4 zagen we al dat het aandeel innovatieve bedrijven in de horeca en de overige dienstverlening het snelst is afgenomen. Het kleinbedrijf is juist in deze sectoren oververtegenwoordigd ten opzichte van het middenbedrijf. Het klein- en middenbedrijf vertonen wel hetzelfde patroon over de gehele periode.

<sup>1</sup> Er bestaan verschillende definities van zzp'ers. Zie onder meer: Bruins, A., Vroonhof, P.J.M. en N.E. de Vries, Aantal zzp'ers in de periode 1999-2009, EIM: Zoetermeer, november 2010. Dit onderzoek zal niet verder ingaan op de verschillende definities.

Figuur 5 Innovatieve bedrijven (ten minste één innovatie) in het MKB (in procenten), naar grootteklasse, 1999-2011



Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 1999-2011.