

Feiten en ficties over innovatie in de diensten

Auteur(s):

J.G.M. van Miltenburg, J.P.J. de Jong en A. Sluijter
Jan van Miltenburg en Agaath Sluijter zijn als raadsmedewerker verbonden aan de Adviesraad voor het Wetenschaps- en Technologiebeleid (AWT). Jeroen de Jong werkt als innovatie-onderzoeker bij EIM. Dit artikel is gebaseerd op AWT (2005). j.g.m.v.miltenburg@aw.t.nl

Verschenen in:

ESB, 90e jaargang, nr. 4463, pagina 270, 17 juni 2005

Rubriek:

innovatie

Trefwoord(en):

Uit recent onderzoek blijkt dat de verschillen in de manier waarop dienstverlenende en industriële bedrijven innoveren niet zo groot zijn als vaak wordt verondersteld. Dit heeft consequenties voor de manier waarop innovatie in de dienstensector het best kan worden gestimuleerd.

De dienstensector maakt meer dan tweederde van de Nederlandse economie uit en bepaalt daarmee voor een belangrijk deel de groei van de totale economie. Beleidsmakers worstelen met de vraag wat de beste manier is om innovatie in de dienstensector te bevorderen. Van belangenbehartigers in de dienstensector en onderzoekers krijgen zij regelmatig het verwijt dat het beleid te veel uitgaat naar het stimuleren van technologische en (fysieke) productinnovatie. Bij dienstinnovatie mag juist verwacht worden dat niet-technische vormen van innovatie veel belangrijker zijn (zie bijvoorbeeld Flikkema & Jansen, 2004). Een breed gehoorde mening is dat innovatie in dienstverlenende sectoren dusdanig afwijkt van die in de industrie, dat specifiek beleid noodzakelijk is en generiek beleid weinig kans op succes biedt (zie bijvoorbeeld Dankbaar, 2003; Sundo, 1997, Kelley & Storey, 2000). Deze mening komt voort uit allerlei opvattingen over innovatie in de dienstensector die aangeven wat dienstverleners niet of anders doen dan industriële bedrijven. Zo zouden dienstverleners minder innovatief zijn dan industriële bedrijven en zouden zij hun innovatieprocessen anders organiseren (Flikkema & Jansen, 2004).

Feit of fictie?

Een recente studie van EIM in opdracht van AWT (2005) richtte zich op de houdbaarheid van gangbare opvattingen over innovatie in de diensten ten opzichte van de industrie. Dit artikel zet vijf van deze opvattingen op een rij en geeft aan of er sprake is van feiten of ficties.

Dienstverleners innoveren minder

Een eerste gangbare opvatting is dat de dienstverlening minder innoverende bedrijven telt dan de industrie. Deze gedachte wordt onder andere gevoed door de publicatie Kennis en Economie van het CBS (2003) waarin het percentage innoverende bedrijven in de industrie (54%) hoger is dan in de diensten (30%). De onderliggende CIS-enquête van deze publicatie richtte zich echter vrijwel uitsluitend op technologische vormen van innovatie. Dit leidt tot een onderschatting van de innovativiteit van dienstverleners, omdat niet-technologische innovatie voor die bedrijven minstens zo belangrijk is. In het onderzoek van AWT (2005) werd een bredere definitie gehanteerd die zowel technische als niet-technische vormen omvat. Het onderzoek werd gericht op dienstverleners (met vijf tot vijfhonderd medewerkers) die in de laatste twee jaar ten minste één vernieuwing in producten/diensten, interne processen of distributiesystemen hadden doorgevoerd. Met de ruimere definitie van innovatie kon 56% van de dienstverlenende bedrijven in de onderzochte sectoren als innovatief aangemerkt worden. Vermeende verschillen in percentage innoverende dienstverlenende en industriële bedrijven zijn dus te koppelen aan de aard van de vraagstelling.

Dienstverleners innoveren anders

Een tweede opvatting is dat dienstverleners op een andere manier innoveren dan industriële bedrijven. Dit beeld is gekoppeld aan de nog sterk heersende (klassieke) gedachte van de centrale r&d-afdeling als motor voor innovaties. Dienstverleners doen minder aan r&d: zij worden verondersteld op een ad hoc manier te innoveren (zie bijvoorbeeld Kelly & Storey, 2000; Sundbo, 1997).

Het AWT-onderzoek gaf echter een ander beeld van innoverende dienstverleners. Zo bleek dat 20% van de bedrijven medewerkers heeft die zich uitsluitend met innovatie bezighouden. Dit werk is echter niet georganiseerd in een r&d-afdeling, maar in bedrijfseenheden als 'new business development' of is verweven in algemene staffuncties. Van alle bedrijven werkt 70% met een schriftelijk innovatieplan, gebruikt 35% formele projectteams en werkt eenderde van de bedrijven met vaste procedures bij innovatie.

Veel onderzoeken naar innovatiegedrag van dienstverleners richten zich op kenmerken van innovatie op brancheniveau. De aanname daarbij is dat bedrijven in sectoren aan dezelfde omstandigheden zijn blootgesteld (bijvoorbeeld technologische ontwikkelingen), en daarom een vergelijkbaar innovatiegedrag vertonen (bijvoorbeeld Evangelista, 2000). Recent zijn een aantal studies gedaan (bijvoorbeeld Hollenstein, 2002; De Jong & Marsili, 2004) waarin gekeken werd naar het gedrag van individuele bedrijven. Ook het AWT-onderzoek (2005) analyseerde welke typen van innovatiegedrag in de dienstverlenende sector aanwezig zijn. Er werden vier gedragstypen gevonden, waarbij het gebruik van externe kennisbronnen het onderscheidende kenmerk was: klantgedreven vernieuwers, leveranciersgedreven vernieuwers, ict-toepassers en actieve netwerkers (zie [figuur 1](#)).

kenmerk	klantgedreven vernieuwers	leveranciers gedreven vernieuwers	ict-toepassers	actieve netwerkers
aandeel in innoverende dienstverleners	36%	20%	24%	20%
voornaamste inspiratiebronnen om te innoveren	alleen klanten	leveranciers uit de eigen bedrijfskolom, klanten	ict-leveranciers, klanten	kennis- en onderwijsinstellingen, stagiair(e)s, klanten
belangrijkste partners bij de uitvoering van de innovatie	klanten	leveranciers uit de eigen bedrijfskolom, collega-bedrijven	ict-leveranciers, commerciële adviseurs	kennis- en onderwijsinstellingen, stagiair(e)s, klanten
bedrijf heeft gespecialiseerde innovatiemedewerkers	gemiddeld	minder vaak	gemiddeld	vaak
belangrijke afwijkende innovatieresultaten	relatief veel extra binnenlandse omzet	minder omzetzijging of kostenvermindering dan	kostenbesparingen	meer binnen- en buitenlandse omzet

overige kenmerken	andere typen	andere typen	andere typen
ondervinden weinig knelpunten	halen voor innovatie minder vaak nieuwe kennis in huis	gaan vaak planmatig te werk	meer kennisbehoefte en knelpunten

Figuur 1. Typologie van innovatieve gedragstypen in de dienstverlening

Een belangrijke vaststelling is dat de gedragstypen min of meer homogeen over de verschillende dienstverlenende sectoren zijn verdeeld; in een willekeurige branche (bijvoorbeeld groothandel, detailhandel) vinden we alle typen terug. Dezelfde gedragstypen zijn ook in industriële sectoren te onderscheiden (zie bijvoorbeeld De Jong & Marsili, 2004). Voor de ontwikkeling van innovatiebeleid betekent dit alles dat brede vormen van (sectoroverstijgend) beleid kunnen worden ingezet. Dat beleid zou dan moeten aansluiten bij het innovatiegedrag van individuele bedrijven, met name het gebruik van externe kennisbronnen.

Geen productiviteitsverhoging

Een volgende opvatting is dat dienstverleners via innovatie hun productiviteit nauwelijks kunnen verhogen, in tegenstelling tot industriële bedrijven. Dit is het gevolg van de vermeende tegenstellingen tussen producten en diensten (Vermeulen, 2001). Diensten zijn sterk persoonsgebonden en heterogeen, kennen een lage kapitaalintensiteit en er zijn weinig mogelijkheden voor standaardisering. Diensten worden per definitie gelijktijdig geproduceerd en geconsumeerd. Hoewel deze kenmerken van toepassing zijn op persoonlijke diensten zoals kapsalons en voetverzorging, is er in andere bedrijfstakken wel degelijk sprake van tastbare elementen (detailhandel, horeca, toerisme), en kunnen diensten homogeen zijn (verzekeringen) of op voorraad produceerbaar (IT-diensten zoals software) (Easingwood, 1986). Over het geheel genomen is er bovendien sprake van toenemende kapitaalintensiteit binnen de dienstverlening. Uit het onderzoek blijkt dat 64% van de innovatieve dienstverleners kostenbesparingen heeft gerealiseerd (AWT, 2005). Een belangrijk deel van de dienstverleners richt zich met innovatie dus wel degelijk op productiviteitsverbetering.

Weinig contact met kennisinstellingen

Een vierde beeld dat leeft is dat dienstverleners weinig contact zouden hebben met kennis- en onderwijsinstellingen. Overigens laat eerder onderzoek zien dat een laag percentage bedrijven dat samenwerkt met universiteiten niet uniek is voor de dienstensector (AWT, 2003). Voor industrie én diensten (gemiddeld 9,4 resp. 6,5 procent) geldt bovendien dat samenwerking met universiteiten geconcentreerd is in enkele subsectoren. Maar er zijn hier nog andere opmerkingen op zijn plaats. Bij meting van de interactie tussen kennisinstellingen en bedrijven wordt - net als in het huidige Nederlandse innovatiebeleid - vaak de nadruk gelegd op onderzoek in samenwerking tussen bedrijven en universiteiten. Interactie met kennisinstellingen kan echter meer behelzen dan samenwerking bij onderzoek - bijvoorbeeld advisering en inzet van stagiair(e)s. Daarnaast gaat het niet alleen om interactie met universiteiten, maar kan bijvoorbeeld ook het beroepsonderwijs een belangrijke bron van kennis voor bedrijven zijn.

In dit onderzoek werden verschillende vormen van kennisuitwisseling gemeten en werd gekeken naar interactie met kennisinstellingen in brede zin: universiteiten en beroepsonderwijs. Het resultaat is dat 69% van de innoverende dienstverleners contacten met de kennisinfrastructuur onderhoudt. De inzet van stagiair(e)s (57% van de bedrijven) en regelmatig overleg (42% van de bedrijven) scoren daarbij het hoogst. Deze cijfers geven aan dat het contact tussen kennisinstellingen en bedrijven frequenter is dan vaak gedacht.

Alleen ict stimuleert innovatie

Een laatste opvatting is dat innovatie in de diensten vooral zou draaien om toepassingen van ict. Het stimuleren van ict-gebruik zou dan volstaan om de dienstensector in het innovatiebeleid te verankeren. Bij een op de drie (34%) innovatietrajecten in de dienstverlening bleek toepassing van ict een rol te spelen (AWT, 2005), in 21% van de gevallen was ict de belangrijkste kennis die werd gebruikt. Hoewel het belang van ict als drijvende kracht achter diensteninnovatie dus niet moet worden onderschat, geldt voor een meerderheid van de innovaties dat deze niet aan ict zijn gebonden. Niet-technologische vormen van kennis - zoals bedrijfseconomie, organisatiekunde of logistiek - zijn meestal de kern van diensteninnovaties. In 35% van de gevallen noemen innoverende dienstverleners die soorten van kennis als het meest belangrijk. Wil innovatiebeleid goed aansluiten bij diensteninnovatie, dan zal dat beleid dus in ieder geval ruimte moeten bieden voor de ontwikkeling en het gebruik van niet-technologische kennis.

Conclusies

Gangbare beelden over innovatie in de dienstensector sporen niet met de werkelijkheid. Zo is het aantal innoverende bedrijven in de dienstensector niet veel lager dan in de industrie. Dienstverleners blijken, net als industriële bedrijven, in staat om hun productiviteit te verbeteren via innovatie. Een ruime meerderheid van de dienstverlenende bedrijven hanteert een planmatige aanpak bij innovatie. De kwantiteit van contacten tussen kennisinstellingen en dienstverlenende bedrijven is duidelijk hoger dan algemeen gedacht. En ict is binnen de dienstensector niet de enige/belangrijkste drijfveer achter innovaties; niet-technische vormen van kennis zijn belangrijker.

Goed innovatiebeleid sluit aan bij de praktijk van bedrijven. In dit verband is het belangrijk vast te stellen dat het innovatiegedrag van individuele bedrijven onderverdeeld kan worden in vier typen, met als onderscheidend kenmerk het gebruik van externe kennisbronnen. De vier typen komen min of meer homogeen verdeeld over de sectoren van de dienstverlening voor en vertonen geen noemenswaardige verschillen met de industrie. Dit opent de mogelijkheid voor de ontwikkeling van brede vormen van beleid - beleid over sectorgrenzen heen. Meer dan het ontwikkelen van specifiek beleid, ligt de uitdaging in de inzet van beleidsinstrumenten die nu vooral zijn gericht op technologische innovatie en/of industriële productinnovaties. Een voorbeeld is de Wet bevordering speur- en ontwikkelingswerk. Door hun focus op de toepassing en ontwikkeling van technologie maken met name industriële bedrijven hiervan gebruik. Een verbreding, waarbij ook onderzoek naar en de ontwikkeling van niet-technologische innovaties wordt toegestaan zou ook de dienstensector ten goede komen.

Jan van Miltenburg, Jeroen de Jong en Agaath Sluijter

Literatuur

AWT (2003) *Naar een meetlat voor wisselwerking*. AWT Werkdocument, Den Haag: Dialogic.

AWT (2005) *Mythe en werkelijkheid: gedrag van innovatieve dienstverleners in zeven sectoren*. AWT achtergrondstudie 31, Den Haag: EIM.

CBS (2003), *Kennis en economie 2002*. Voorburg: CBS.

Dankbaar, B. (2003) *Innovation management in the knowledge economy*. Londen: Imperial College Press.

Easingwood, C.J. (1986) New product development for service companies. *Journal of Product Innovation Management* 3(4), 264-275.

Evangelista, R. (2000) Sectoral Patterns of Technological Change in Services. *Economics of Innovation and New Technology*, 9, 183-221.

Flikkema, M.J., & P.G.W. Jansen (2004) Dienstverleners innoveren anders. *ESB*, 9 juli, 317-319.

Hollenstein, H. (2002) *Innovation Modes in the Swiss Service Sector*. ETH working paper, 59.

Jong, J.P.J. de & O. Marsili (2004) *How do small firms innovate? A classification of Dutch SMEs*. Zoetermeer: EIM.

Kelly, D. & C. Storey (2000) New service development: initiation strategies. *International Journal of Service Industry Management*, 11(1), 45-62.

Sundbo, J. (1997) Management of Innovation in Services. *The Service Industries Journal* 17(3), 432-455.

Vermeulen, P. (2001) *Organizing Product Innovation in Financial Services*. Nijmegen: University Press.
