

2019 NOORD-NEDERLANDSE INNOVATIEMONITOR

DEELRAPPORT TIJDSHORIZON VAN HET NOORD-NEDERLANDSE MKB

DR. T.L.J. (THIJS) BROEKHUIZEN
PROF. DR. D.L.M. (DRIES) FAEMS
DR. E.M. (ERZSI) MEERSTRA-DE HAAN
D.K. (KHOI) NGUYEN



rijksuniversiteit
 groningen



SNN

SAMENWERKINGSVERBAND
NOORD-NEDERLAND

2019 NOORD-NEDERLANDSE INNOVATIEMONITOR

Rapport: Tijdshorizon van het Noord-Nederlandse mkb

Dr. T.L.J. (Thijs) Broekhuizen

Prof. Dr. D.L.M. (Dries) Faems

Dr. E.M. (Erzsi) Meerstra-de Haan

D.K. (Khoi) Nguyen



rijksuniversiteit
 groningen



SNN

SAMENWERKINGSVERBAND
NOORD-NEDERLAND

Strategische partners Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2019



PNO

wateralliance



NOM
INVESTING IN DEVELOPMENT

V N O N C W
NOORD



MKB
Nederland
Noord



SAMENWERKING
NOORD

koninklijke
metaalunie



Rijksdienst voor Ondernemend
Nederland

INLEIDING

NOORD-NEDERLANDSE INNOVATIEMONITOR

Dit rapport is opgesteld in het kader van het project Noord-Nederlandse Innovatiemonitor dat is geïnitieerd door het expertisecentrum VinCi van de Rijksuniversiteit Groningen en het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (SNN). Daarnaast zijn TCNN, NOM, PNO Consultants, MKB-Noord, VNO-NCW Noord, de Water Alliance, het Octrooicentrum Nederland en de Metaalunie bij dit initiatief betrokken als strategische partners. De beoogde doelstelling is om de innovatieactiviteiten, investeringen en prestaties van bedrijven uit Noord-Nederland in kaart te brengen.

De Innovatiemonitor kent een hoofdrapport dat jaarlijks wordt gepubliceerd. In het hoofdrapport worden de ontwikkelingen van de belangrijkste indicatoren gepresenteerd. U kunt het hoofdrapport van de Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2019 [hier](#) terugvinden. Daarnaast worden er jaarlijks voor een aantal specifieke thema's deelonderzoeken uitgevoerd. In dit deelrapport worden de uitkomsten van het deelonderzoek over de tijdshorizon van het Noord-Nederlandse mkb gepresenteerd.

ONDERZOEKSMETHODE

In maart 2019 zijn 5935 Noord-Nederlandse bedrijven via e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan de Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2019. Deze bedrijven behoren allen tot het midden- en kleinbedrijf (mkb) in Noord-Nederland. In totaal hebben 436 Noord-Nederlandse bedrijven de vragenlijst substantieel ingevuld. Van deze bedrijven hebben 118 ook in 2018 deelgenomen aan de monitor.

DOELSTELLING RAPPORT

Dit deelrapport beschrijft of het Noord-Nederlandse mkb vooral gericht is op de korte termijn of juist veel aandacht besteedt aan de lange termijn. We gaan hierbij dieper in op de factoren die de tijdshorizon van bedrijven bepalen en kijken ook naar de gevolgen van een dergelijke korte- of langetermijnvisie.

OVERZICHT BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

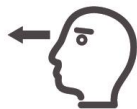
In welke mate houden ondernemers rekening met het verre verleden en de lange termijn voor het nemen van strategische beslissingen? Hoe beïnvloedt een dergelijke *tijdshorizon* de innovatiekracht van bedrijven? Deze vragen staan centraal in dit rapport.

Allereerst hebben we deelnemers gevraagd om te rapporteren over welke termijn ze het hebben binnen het bedrijf, wanneer ondernemers spreken over de lange termijn (toekomst) en het verre verleden: de zgn. tijdshorizon. Het blijkt dat bedrijven die een kortere tijdshorizon hanteren, een sterkere *urgentie* hebben om bestaande processen te digitaliseren en nieuwe verdienmodellen te introduceren.

Om het *belang* van de tijdshorizon van ondernemers in kaart te brengen, hebben we hen bovendien gevraagd in welke mate (1 = heel weinig ... 5 = heel veel) ze rekening houden met (i) het verre verleden en (ii) de lange termijn bij het nemen van strategische beslissingen binnen het bedrijf. De resultaten geven aan dat bedrijven die veel *belang* hechten aan de lange termijn, een hogere innovatiekracht hebben omdat ze meer investeren in innovatie, meer samenwerken met externe partners en meer gebruik maken van geheimhouding. Daarnaast blijken bedrijven die meer belang toedichten aan de lange termijn, ook sterker digitaal te transformeren. Tegelijkertijd zien we dat het belang van de langetermijneriëntatie *geen* negatieve impact heeft op de huidige winstgevendheid van bedrijven. De mate waarin bedrijven rekening houden met het verre verleden, heeft geen impact op de innovatiekracht of winstgevendheid van het bedrijf.

Wel blijkt het lastig om te voorspellen welke bedrijven meer op de lange termijn gericht zijn en welke bedrijven minder belang hechten aan de lange termijn. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat bedrijven de lange termijn en het verre verleden op heel verschillende manieren invullen.

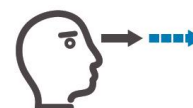
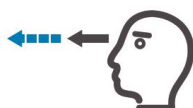
Het overzicht wordt in de onderstaande tabellen (1-3) weergegeven.



	Oriëntatie naar verre verleden	Langetermijnnoriëntatie
Welke factoren beïnvloeden lengte tijdshorizon?	Bouwindustrie hecht minder belang aan het verre verleden dan bedrijven uit andere sectoren. Hoe ouder het bedrijf, hoe verder het verre verleden gedefinieerd wordt (in jaren).	Maakindustrie hecht meer belang aan de lange termijn dan bedrijven uit andere sectoren. Hoe ouder het bedrijf, hoe verder de lange termijn gedefinieerd wordt (in jaren).
Belang tijdshorizon voor nemen van beslissingen	Minder belangrijk dan de lange termijn.	Belangrijker dan het verre verleden.

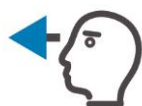
Tabel 1: Overzicht bevindingen tijdshorizon

Impactanalyse



Effect van <i>lengte</i> tijdshorizon op ...	Oriëntatie naar verre verleden	Langetermijnnoriëntatie
innovatiekracht	Geen	Geen
winstgevendheid	Geen	Geen
subsidies	Geen	Geen
digitale transformatie	Geen	Negatief effect op mate van digitale transformatie

Tabel 2: Impact lengte tijdshorizon



Effect van <i>belang</i> van tijdshorizon op ...	Oriëntatie naar verre verleden	Langetermijnorientatie
innovatiekracht	Geen	Positief indirect effect op innovatiekracht via stimuleren drivers van innovatiekracht (O&O, externe samenwerking, geheimhouding).
winstgevendheid	Geen	Geen
subsidies	Geen	Geen
digitale transformatie	Geen	Positief effect op mate digitale transformatie.

Tabel 3: Impact belang tijdshorizon

BELEIDSAANBEVELINGEN

De tijdshorizon van mkb'ers, en dan met name het overwegen van de toekomst en niet het verleden, blijkt vooral een invloed te hebben op de drivers van innovatiekracht. Beleidsmakers kunnen dit toekomstbewustzijn stimuleren; bijvoorbeeld door het organiseren van toekomstscenariosessies met leidende experts en/of het faciliteren van collaboratieve innovatiebijeenkomsten. Bedrijven worden dan gestimuleerd om na te denken over de toekomst en de eerste stappen te ondernemen. Dit motiveert mkb'ers te investeren in O&O, meer samen te werken met externe partijen en serieus na te denken over het gebruik van geheimhouding voor de bescherming van hun innovaties. Een sterker bewustzijn omtrent de toekomst daagt bedrijven uit om na te denken over de toekomst en hoe daarin competitief te blijven; dit gaat gepaard met kortetermijninvesteringen (in O&O, hun partnernetwerk en protectie) die leiden tot meer innovatie.

Tegelijkertijd heeft de *lengte* van de tijdshorizon een effect op de mate van digitale transformatie. Dit effect is niet teruggevonden voor innovatiekracht. Bedrijven die een langere termijn hanteren, zullen *minder* digitaal transformeren. Het stimuleren van digitalisering vraagt dus een specifieke aanpak: gericht op het stimuleren van het belang maar met een korte horizon. Beleidsmakers kunnen hier rekening mee houden door het belang van langetermijndenken van ondernemers te stimuleren maar ervoor te waken dat de bijbehorende tijdshorizon niet te lang wordt ingeschat. Om digitale transformatie te bespoedigen is het noodzakelijk om voldoende urgentie te creëren en de mogelijke inertie (traagheid) weg te nemen. Dit kan door bijvoorbeeld de risico's te benoemen van het vasthouden aan huidige successen, het niet-op pikken van marktveranderingen en het wegnemen van de angst om verkeerde keuzes te maken.

Om de tijdshorizon van mkb'ers te bepalen, werd in de innovatiemonitor de volgende vraag gesteld aan respondenten:

In welke mate houdt uw bedrijf bij het nemen van strategische beslissingen (bijv. introductie van een nieuw product, het betreden van een nieuwe markt of de keuze voor een nieuw distributiekanaal) rekening met...



	Heel weinig				Heel veel
herinneringen, kennis of ervaringen uit het verre verleden (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
de (verwachte) situatie op de lange termijn (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tabel 4 geeft de frequentietabel voor beide items. Hieruit kan opgemaakt worden dat, in het algemeen, mkb'ers sterker rekening houden met de toekomst (lange termijn) dan het verre verleden wanneer ze strategische beslissingen moeten nemen. Een overgrote meerderheid van de bedrijven hecht veel belang aan de lange termijn bij het nemen van strategische beslissingen.

	Herinneringen, kennis of ervaringen uit het verre verleden	De (verwachte) situatie op de lange termijn
1 – heel weinig	13%	3%
2	17%	6%
3	28%	17%
4	26%	38%
5 – heel veel	15%	36%

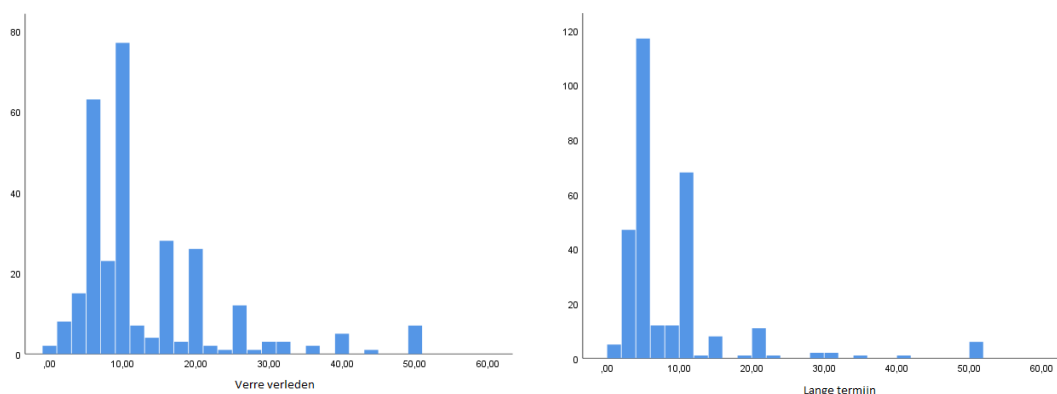
Tabel 4: frequenties van de mate waarin de bedrijven rekening houden met het verleden en de lange termijn

In de innovatiemonitor werd ondernemers gevraagd wat ze verstaan onder het verre verleden en de lange termijn. De volgende vragen werden gesteld:

	0 5 10 15 20 25 30 35 40 45 50
Als we in ons bedrijf praten over het verre verleden , dan denken we doorgaans zoveel jaren terug: ()	
Als we in ons bedrijf praten over de lange termijn , dan denken we doorgaans zoveel jaren vooruit: ()	

Figuur 1 geeft de histogrammen voor deze items. Er bestaat een grote verscheidenheid in hoe ondernemers het verre verleden en de lange termijn interpreteren. Zo zijn er ondernemers die een horizon hebben van 1 jaar wanneer ze over de lange termijn praten, terwijl andere ondernemers een horizon van 50 jaar of meer hebben voor de lange termijn.

Figuur 1: verre verleden en lange termijn in jaren



Waarom hechten sommige ondernemers meer belang aan de lange termijn en/of het verre verleden dan andere ondernemers? Waarom hebben ondernemers verschillende interpretaties voor de lange termijn en het verre verleden? Tabel 5 geeft een overzicht van de analyses waarbij we kijken naar welke factoren de tijdshorizon van ondernemers beïnvloeden. We vinden slechts een beperkt aantal significante effecten. Het blijkt dat bedrijven in de bouwindustrie minder belang hechten aan het verre verleden dan bedrijven in andere sectoren. Bedrijven uit de maakindustrie hechten echter meer belang aan de lange termijn dan bedrijven uit andere sectoren.

Tevens blijkt dat er een significant effect is voor de leeftijd van de bedrijven op hoe ze lange termijn en het verre verleden interpreteren. Hoe ouder het bedrijf, hoe langer de tijdsperiode die ondernemers hanteren om de lange termijn én het verre verleden te interpreteren.

	Verre verleden			Lange termijn		
	Coefficient	St. Error	Sig	Coefficient	St. Error	Sig
Intercept	5.108	2.390	.034	5.316	1.914	.006
Familiebedrijf	-.072	.169	.668	.172	.135	.203
Advisering	-.194	.342	.571	-.375	.274	.172
Bouwnijverheid	.832	.486	.088	.351	.389	.368
Dienstverlening	.096	.384	.804	-.273	.307	.375
Handel	-.524	.367	.155	-.117	.294	.690
Industrie	-.433	.337	.885	-.506	.270	.062
Informatie	-.055	.377	.200	-.120	.302	.691
Horeca	-1.512	.914	.099	-.170	.732	.817
Logistiek	.031	.453	.946	-.306	.363	.401
Provincie Friesland ^a	-.268	.186	.151	-.133	.149	.373
Provincie Drenthe ^a	-.160	.196	.416	.028	.157	.860
Bedrijfs grootte	.001	.002	.501	-.003	.002	.145
Bedrijfsleeftijd	-.003	.002	.160	.000	.002	.809

Tabel 5: Factoren van invloed op de tijdshorizon van ondernemers

IMPACTANALYSE TIJDSHORIZON

Wanneer we kijken naar de invloed van tijdshorizon op de innovatiekracht van mkb'ers (zie tabel 6, kolom 1), zien we een significant effect van het belang van langetermijnnoriëntatie. Dit betekent dat hoe meer bedrijven belang hechten aan de lange termijn bij het nemen van strategische beslissingen, hoe hoger de innovatiekracht van deze bedrijven. Op basis van eerder onderzoek in de innovatiemonitor (Innovatiemonitor 2017-2019), weten we ook dat (i) investeringen in onderzoek en ontwikkeling (O&O), (ii) samenwerken met externe partners en (iii) het geheimhouden van kennis doorslaggevende factoren zijn voor de innovatiekracht van bedrijven. Kolom 6 bevestigt het beeld dat ook uit de Innovatiemonitor in 2019 naar voren komt. In kolom 2, 3 en 4 van tabel 6 zien we dat langetermijnnoriëntatie een positief significant effect heeft op al deze factoren. Een sterkere langetermijnnoriëntatie gaat gepaard met (i) hogere investeringen in O&O, (ii) een hogere kans op samenwerking met externe partners en (iii) een hogere kans op het geheimhouden van kennis. Wanneer we rekening houden met deze factoren, zien we bovendien dat het directe effect van langetermijnnoriëntatie op innovatiekracht verdwijnt (zie tabel 6, kolom 5, significantieniveau $p > .10$). Samen geven deze resultaten aan dat langetermijnnoriëntatie de innovatiekracht positief beïnvloedt, omdat langetermijnnoriëntatie een aantal cruciale innovatiefactoren (investeren in O&O, samenwerken met externe partners, geheimhouden van kennis) positief beïnvloedt.

^a Referentiecategorie voor Provincie is Groningen

	Innovatiekracht		Investerings O&O		Samenwerking		Geheimhouding		Innovatiekracht II	
	Kolom 1		Kolom 2		Kolom 3		Kolom 4		Kolom 5	
	B	Sig	B	Sig	B	Sig	B	Sig	B	Sig
Intercept	.295	.935	30.885	.559	-1.410	.119	-2.590	.004	1.275	.714
Familiebedrijf	.072	.774	7.701	.036	.083	.790	-.129	.644	.033	.891
Advisering	-.069	.892	-15.037	.044	.626	.306	1.151	.067	.408	.416
Bouwnijverheid	-.504	.491	-12.836	.230	.056	.948	.255	.775	.190	.785
Dienstverlening	.311	.584	1.625	.845	-.106	.874	.593	.387	.312	.566
Handel	-.100	.855	-4.125	.606	.577	.378	.495	.460	.100	.850
Industrie	-.370	.461	-6.254	.394	.442	.460	1.336	.032	.006	.990
Informatie	.036	.948	-14.736	.071	-.313	.631	1.365	.045	.330	.550
Horeca	1.079	.415	6.954	.719	-.509	.741	-.416	.744	.732	.564
Logistiek	.184	.785	1.996	.839	.279	.727	.336	.667	.163	.800
Provincie Friesland ^a	.019	.946	-4.620	.254	-.581	.092	-.050	.872	.033	.902
Provincie Drenthe ^a	.151	.602	.438	.918	-.085	.820	.104	.748	.145	.606
Bedrijfs grootte	-.004	.216	-.113	.023	.000	.997	.010	.012	-.004	.230
Bedrijfsleeftijd	-.008	.028	-.065	.212	-.006	.135	-.005	.258	-.005	.158
Verre verleden	.082	.399	1.662	.241	.056	.649	.079	.467	.033	.723
Lange termijn	.319	.010	5.852	.001	.512	.001	.328	.017	.122	.333
O&O investeringen									.010	.051
Samenwerking									.620	.021
Geheimhouding									.616	.015

Tabel 6: Tijdshorizon en innovatiekracht parameters

We hebben ook gekeken of het belang van de tijdshorizon een invloed heeft op het subsidiegedrag voor mkb-bedrijven. We vinden echter geen significant effect van dit belang op het aanvragen van innovatiesubsidies.

Er wordt soms beweerd dat, hoewel langetermijndenken goed kan zijn voor de innovatiekracht, het soms de (kortetermijn-) winstgevendheid in de weg kan staan. Onze analyses geven geen bewijs voor deze stelling. We vinden geen significant effect van het belang van de tijdshorizon van bedrijven op hun winstgevendheid.

Tot slot hebben we gekeken naar de invloed van de tijdshorizon op de digitale transformatie van bedrijven (zie tabel 7). Digitale transformatie gaat over de mate waarin bedrijven hun digitale vaardigheden verbeteren en hun manier van geld verdienen (d.w.z. het verdienmodel) veranderen. Een korte- of langetermijniëriëntatie zou

^a Referentiecategorie voor Provincie is Groningen

een rol kunnen spelen bij het al dan niet doorvoeren van digitale vernieuwingen en het aanpassen van het verdienmodel.

Het belang van de tijdshorizon heeft een positief effect op de digitale transformatie van de mkb'ers. Wanneer de lange termijn sterk in ogenschouw wordt genomen bij het maken van strategische beslissingen, wordt er sterker digitaal getransformeerd. Uit het hoofdrapport (Innovatie Monitor 2019) blijkt dat deze digitale transformatie weer bijdraagt aan de concurrentiekracht van ondernemers, doordat het de digitale prestaties (meer efficiëntie en meer opbrengsten uit digitalisering) verbetert. Opvallend is wel dat het aantal jaren dat bedrijven vooruitkijken in de tijdshorizon een negatieve rol heeft. Naarmate er meer jaren vooruit wordt gekeken, heeft dit een negatiever effect op de digitale transformatie.

Dit beeld komt overeen met wat de literatuur schetst: digitale koplopers vinden de toekomst belangrijk, maar hanteren eveneens een relatief korte tijdshorizon. Zij ervaren een urgentie om digitaal te veranderen. Een langetermijnvisie kan op die manier ook een digitale transformatie in de weg staan, bijvoorbeeld doordat het tot 'organisatorische inertie' (traagheid) leidt. Deze inertie kan voorkomen doordat bedrijven vast willen houden aan de exploitatie van hun huidige producten, doordat bedrijven huidige marktveranderingen niet voldoende oppikken, uit angst voor een digitale vernieuwing, of vanwege moeite met het maken van een inschatting over welke technologie het beste uit zal pakken. Kijken naar de toekomst is dus wel degelijk van belang, maar te ver vooruitkijken kan digitale transformatie in de weg staan.

	Digitale transformatie		
	Coefficient	St. Error	Sig
Intercept	4.949	.748	.000
Familiebedrijf	-.019	.239	.935
Advisering	-.729	.519	.162
Bouwnijverheid	-.751	.714	.294
Dienstverlening	-1.287	.566	.024
Handel	.347	.549	.528
Industrie	-.524	.509	.304
Informatie	.432	.566	.446
Horeca	-1.371	.906	.131
Logistiek	-.187	.657	.777
Provincie Friesland ^a	-.043	.266	.870
Provincie Drenthe^b	-.638	.279	.023
Bedrijfs grootte	.010	.003	.004
Bedrijfsleeftijd	-.003	.004	.468
Langetermijnnoriëntatie	.307	.118	.010
Jaren lange termijn	-.026	.014	.059

Tabel 7: Tijdshorizon en digitale transformatie

CONCLUSIE

Dit deelrapport beschrijft hoe de tijdshorizon van noordelijke mkb'ers invloed heeft op hun gedragingen en prestaties. Het blijkt dat het *belang* dat ondernemers toedichten aan de toekomst, een positieve invloed heeft op de innovatiekracht én digitale transformatie. Daarnaast blijkt dat de *lengte* van de tijdshorizon die ondernemers hanteren geen invloed heeft op de innovatiekracht, maar wel een invloed heeft op de mate van digitale transformatie; ondernemers met een 'verre' toekomstblik zullen minder snel de urgentie voelen om digitaal te transformeren.

Uit het hoofdrapport van de Innovatiemonitor 2019 blijkt dat mkb'ers zeer heterogeen zijn en dat een beter begrip van deze verschillen helpt bij het identificeren van de specifieke (kennis-)behoeften en uitdagingen van mkb'ers. Ook uit dit deelrapport blijkt dat er duidelijke verschillen zijn tussen de ondernemers en dat deze verschillen wezenlijke effecten hebben op hun gedragingen en prestaties. Een analyse van deze verschillen draagt bij aan de kennis van beleidsmakers over de vragen waarom en onder welke omstandigheden bepaalde bedrijven succesvoller zijn dan anderen in het nastreven van verschillende doeleinden (bijv. innovatiekracht vs. digitale transformatie). Dit biedt mogelijkheden voor gerichte en effectieve maatregelen.

^a Referentiecategorie voor Provincie is Groningen

^b Referentiecategorie voor Provincie is Groningen

REFERENTIELIJST

SNN (2017). [Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2017](#).

SNN (2018). [Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2018](#).

SNN (2019). [Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2019](#).