



Zoeken, vinden en binden: hoe agrarische ondernemers hun weg vinden richting het innovatiebeleidsinstrumentarium

In opdracht van:

Ministerie van LNV

Project:

2008.058

Publicatienummer:

2008.058-0816

Datum:

Utrecht, 14 november 2008

Auteurs:

Christiaan Holland
Bram Kaashoek
Guido Ongena
Tom Poot

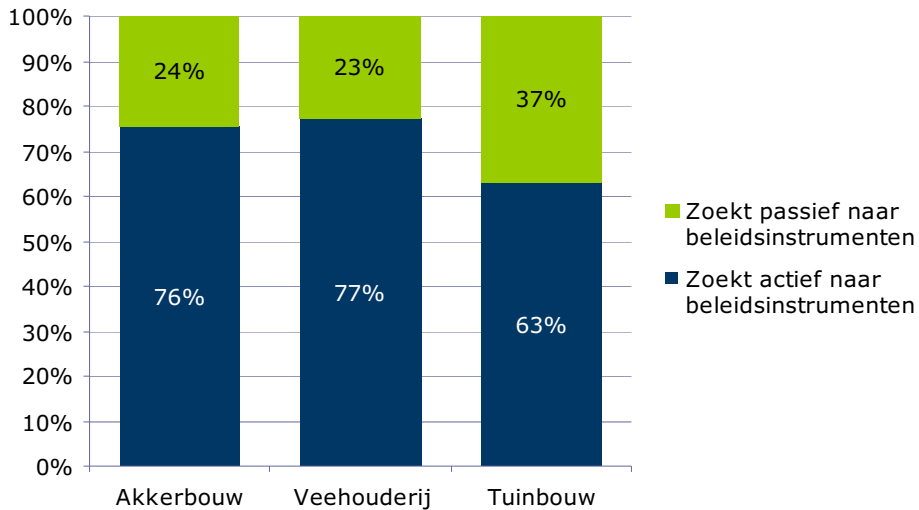
Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Belangrijkste bevindingen en lessen	6
3	Zoeken naar informatie over beleidsinstrumenten.....	11
4	Gebruik van instrumenten en programma's	19
5	Zoeken naar informatie over vaktechnische ontwikkelingen.....	25
	Bijlage 1: achtergrondkenmerken van respondenten	29
	Bijlage 2: onderwerpen vaktechnische ontwikkelingen	38

ondernemers bezighouden en de focus en thema's van stimuleringsinstrumenten. Is dit niet het geval, dan bestaan er instrumenten waar ondernemers niet of nauwelijks op zitten te wachten of is er juist sprake van een onbeantwoorde vraag. Een match tussen de relevante vaktechnische ontwikkelingen en doelstellingen van de centrale regelingen, organisaties en netwerken behoorde niet tot de scope van dit onderzoek. Een eerste scan (zie bijlage) levert wel het inzicht op dat ondernemers bovengemiddeld interesse hebben in onderwerpen als duurzaam management en energiebesparing. Daarmee wordt de indruk gewekt dat ondernemers aansluiting vinden bij het brede palet van regelingen en diensten. Echter, aangezien vraagsturing en aansluiting bij praktijkbehoeften steeds prominenter worden binnen innovatiebeleid – ook dat van LNV -, is een verdiepende studie naar de match tussen kennisbehoefte enerzijds en aanbod van instrumenten anderzijds aan te raden.

figuur gereduceerd tot twee opties: actief zoekgedrag ('ja, heel vaak' + 'ja, geregeld' + 'ja, incidenteel') en passief zoekgedrag (de 'nee, ...' categorieën)³.

Om te beginnen hebben wij gezocht naar sectorale verschillen. Enkel de sectoren akkerbouw, veehouderij en tuinbouw zijn opgenomen in de analyse⁴. Op basis van de resultaten (zie Figuur 2) kunnen we stellen dat een gelijk deel van akkerbouwers en veehouders actief naar informatie zoekt (ongeveer driekwart). De tuinbouwers blijven met 63% achter. Zij worden dus vaker enkel op de hoogte gebracht door anderen, hebben geen behoefte aan informatie over innovatiebeleid of gebruiken het alleen als zij (per toeval) stuiten op relevante informatiebronnen.



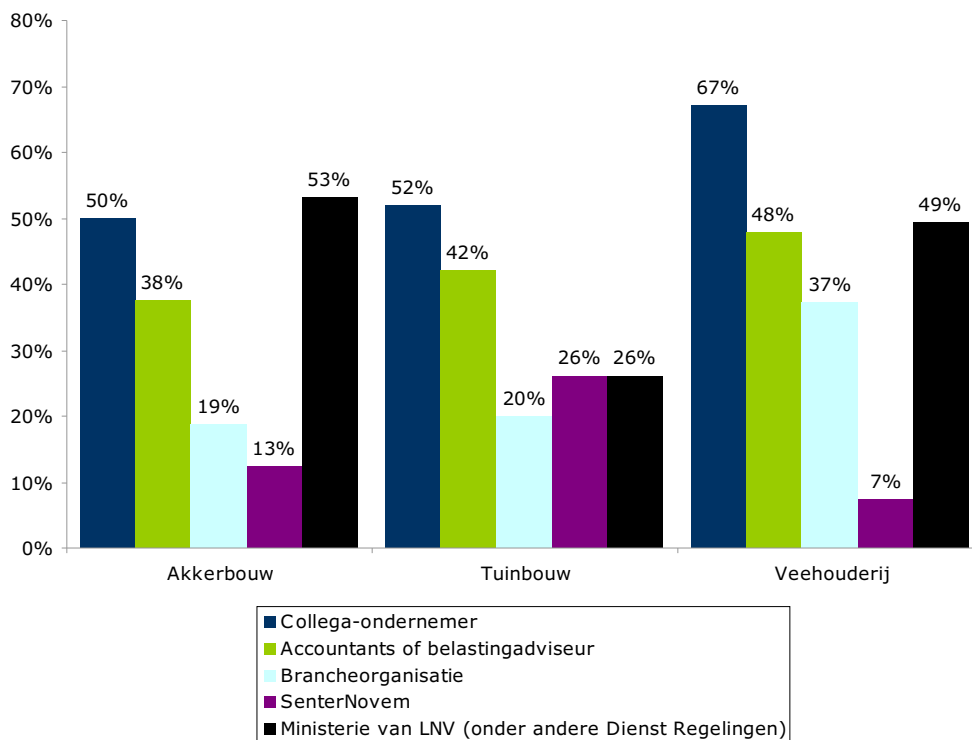
Figuur 2 Zoekt u actief -dat wil zeggen zelf- naar informatie over overheidsmaatregelen (uitsplitsing naar sector)?

Een zeer duidelijk verschil ontstaat als het gedrag van innovatieve ondernemingen wordt vergeleken met dat van minder innovatieve ondernemingen. Innovativiteit is gebaseerd op een achtergrondvraag uit de vragenlijst waaruit blijkt hoeveel procent van het dagelijkse werk binnen de onderneming wordt gependend aan innovatiegerelateerde activiteiten. De knip (innovatief versus niet-innovatief) hebben wij gelegd bij 10% van de totale werkzaamheden. Uit de resultaten volgt dat de zogenaamde 'innovators' significant vaker zelf op zoek gaan naar relevante informatie over subsidies en andere vormen van innovatiebeleid. Dit verschil is direct verklaarbaar: het actief zoeken van informatie over innovatiebeleidsinstrumenten kan binnen ondernemingen onderdeel zijn van de innovatie-inspanning; naast bijvoorbeeld procesoptimalisatie, het ontwikkelen van nieuwe producten of het vermarkten van nieuwe diensten. Ook de variabelen 'groei in omzet' en 'jaar van oprichting' hebben duidelijk invloed op het informatiezoekgedrag van ondernemers: nieuwe bedrijven, opgericht na 1990, zijn eerder geneigd om actief zoekgedrag te vertonen (85%) dan agrarische ondernemingen die al langer bestaan (61%). Een soortgelijk patroon zien we bij ondernemingen met een groeiende omzet sinds 2006, vergeleken met ondernemingen zonder omzetgroei. Van de groeiers zoekt 79% actief naar informatie, van de niet-groeiers slechts 64%. Op het individuele niveau, in plaats van het organisatieniveau, hangt

³ We hebben deze grovere indeling gebruikt, omdat de celvulling van de kruistabellen anders onvoldoende zou zijn om conclusies te kunnen trekken.

⁴ Voor de overige sectoren geldt dat te weinig ondernemers de vragenlijst hebben ingevuld. Bij het gebruik van kruistabellen worden de celvullingen dan te laag.

sectoren) is gepresenteerd in Figuur 4. Aanvullend kan gesteld worden dat informele contacten voor niet-innovatieve agrariërs veel belangrijker zijn dan voor de meer innovatieven uit de sector. Het gaat om respectievelijk 73% en 47% van de respondenten uit die groepen, die gebruik maken van de kennis en ervaring van collega's. Dat verschil is erg groot. De minder innovatieve ondernemers worden eveneens relatief vaker geïnformeerd door hun accountant of brancheorganisatie. Innovatieve ondernemers hebben juist meer contact met SenterNovem (29% versus 13%). Opvallend is bovendien dat ondernemers met een groeiende omzet veel minder frequent het contact zoeken met het ministerie van LNV dan ondernemers met een constante of afgenomen omzet (afgenomen omzet: 57%, constante omzet: 51% en gestegen omzet: 27%). Ondernemers met een groeiende omzet zijn, zo gaven wij eerder aan, wel erg actief als het gaat om informatiezoekgedrag, maar juist de overheid is voor die groep een relatief minder belangrijke informatiebron.

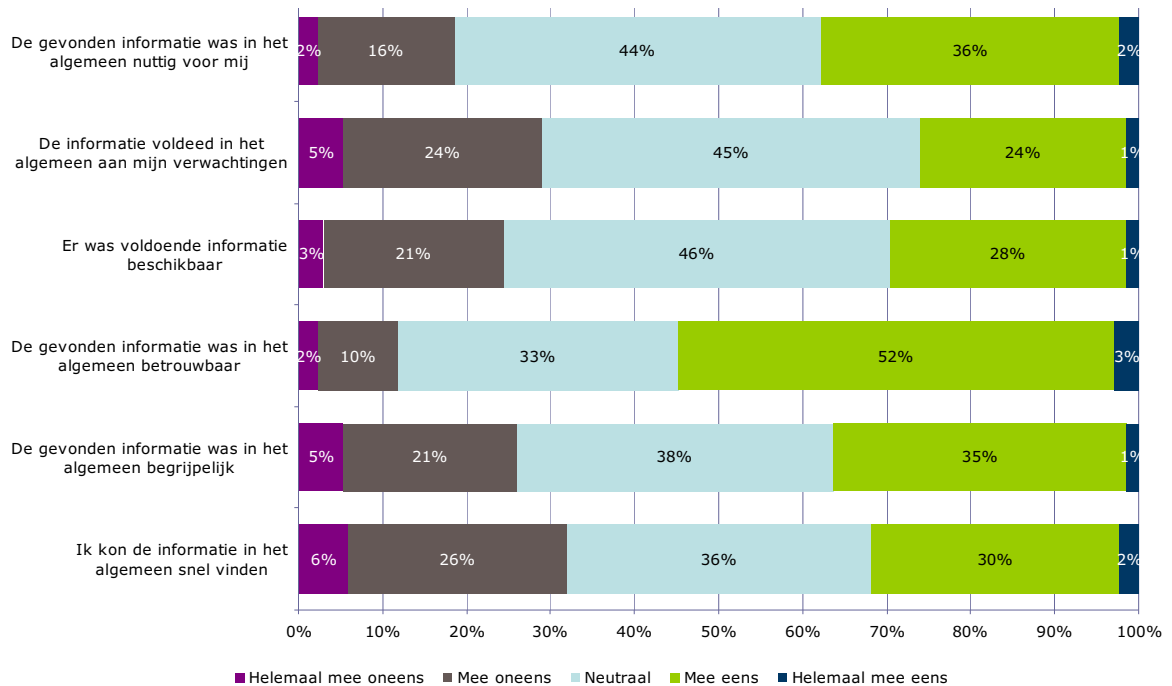


Figuur 4 Anderen brengen u (ook) op de hoogte van informatie over overheidsmaatregelen. Wie zijn dat hoofdzakelijk (uitsplitsing na sectoren)?

Belangrijke bronnen van informatie over innovatiebeleidsinstrumenten blijven ook de vakbladen en de publicaties die door verschillende partijen worden uitgegeven. Ongeveer 50% van de ondernemers zoekt zelf dergelijke publicaties van derden op. Zo blijken vooral publicaties van het ministerie van LNV regelmatig geraadpleegd worden (78%), maar ook SenterNovem is hierbij een belangrijke bron (zie de twee volgende figuren).

- De gevonden informatie was in het algemeen betrouwbaar;
- Er was voldoende informatie beschikbaar;
- De informatie voldeed in het algemeen aan mijn verwachtingen;
- De gevonden informatie was in het algemeen nuttig voor mij.

Respondenten zijn overwegend positief. Uit de onderstaande figuur volgt dat agrarische ondernemers vooral te spreken zijn over betrouwbaarheid en de toegevoegde waarde (informatie is nuttig). Vooral op de aspecten doelbereiking/management van verwachtingen (informatie voldoet niet aan verwachtingen: 29%), begrijpelijkheid (26%), beschikbaarheid (24%) en vindbaarheid (32%) valt nog wel winst te behalen.



Figuur 9. De volgende stellingen gaan over het zoeken van informatie over overheidsmaatregelen, zoals innovatieregelingen, of naar organisaties en netwerken die uw omgeving kunnen ondersteunen bij uw innovatieactiviteiten. Geef bij de volgende stellingen aan of u er mee eens bent of niet.

Een uitsplitsing naar de drie grootste sectoren in onze responsgroep, veehouderij, akker- en tuinbouw, wijst uit dat tuinbouwers overwegend positiever zijn dan hun collega's uit de andere twee sectoren. Zij zijn van mening dat informatie (zeer) snel te vinden is en beschouwen gevonden informatie als nuttig en betrouwbaar. De onderstaande figuur, over betrouwbaarheid van informatie, illustreert het sectorale patroon. Ook bij de andere stellingen treedt dit verschil dus op.

