

Felmérés az európai vállalatok innovációs tevékenységéről

Az Európai Unió rendszeresen vizsgálja a vállalatok innovációs tevékenységét. A négyévente elkészülő jelentés az innováció intenzitásának mérése mellett elemzi az újítások korlátait és a vállalatok növekedésével, a munkahelyteremtéssel stb. kapcsolatos hatásait is.

Tárgyszavak: innováció; innovációpolitika; Európai Unió; statisztika.

A legfontosabb tanulságok

Az európai vállalatok innovációs tevékenységét vizsgálja az EU által négyévente elkészített felmérés, a Community Innovation Survey (CIS). A legutóbbi, harmadik vizsgálatban 17 ország vállalatainak adatait elemezték (a felmérés módszerét ismerteti az alábbi keretes rész).

Az adatgyűjtés részletei

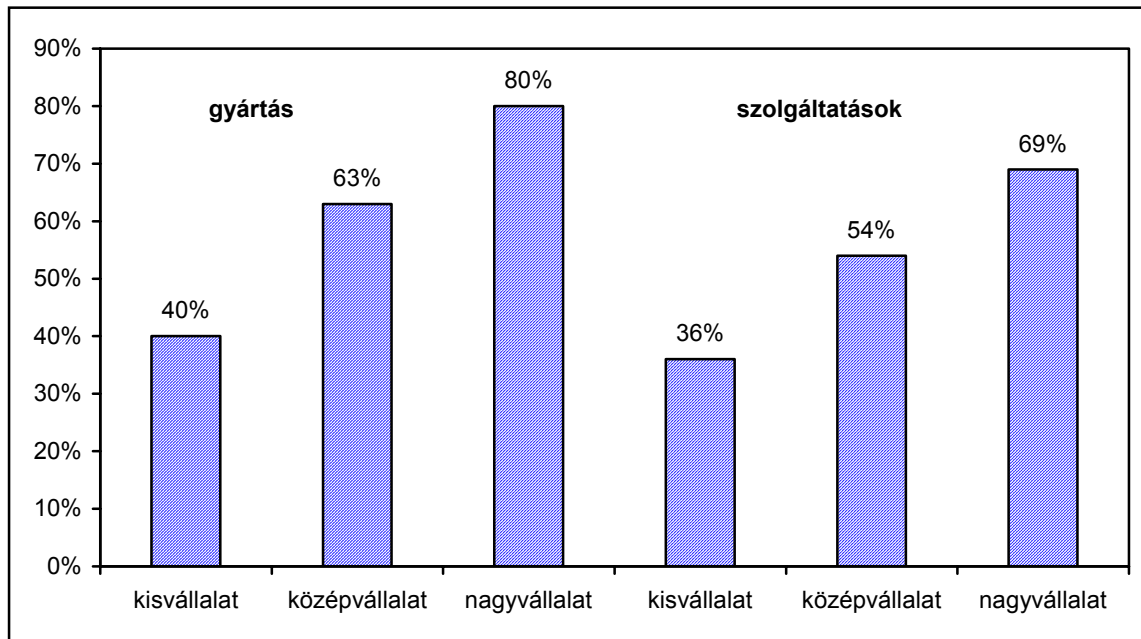
Az európai vállalatok innovativitását vizsgáló harmadik Community Innovation Survey-ben 17 ország közel 122 000 vállalatának küldtek kérdőívet.

A sztenderd kérdőívet az EU statisztikai hivatala, az Eurostat állította össze a tagországokkal együtt (kiegészítve Norvégiával és Izlanddal), majd azt az egyes országok statisztikai hivatalai átvették. Az átvétel során az ún. Oslói Kézikönyvben leírt módszert alkalmazták. (Az Oslói Kézikönyv az egységes adatgyűjtésről rendelkező megállapodás).

A vállalatokat a tagországok üzleti nyilvántartásaiból vették. Az összes ipari ágazatot bevonták, kihagytak viszont néhány szolgáltatóipari területet (pl. autókereskedelem, szállodák, éttermek és bizonyos üzleti szolgáltatások). Megkérdezték a legtöbb európai nagyvállalatot (a 250 főnél többet foglalkoztató cégek tartoznak ebbe a kategóriába), a nagy számú kisvállalat közül pedig véletlenszerű mintavétellel választottak. A kiküldött kérdőívet a vállalatok 54%-a töltötte ki, a felmérés így 65 200 vállalatból álló minta alapján készült. A felmérésben nem szerepelnek a brit és ír vállalatok, mivel ebből a két országból nem érkeztek vissza időben az adatok.

Az Eurostat statisztikusai vizsgálják regionális szintű innovációs statisztikák összeállításának lehetőségét is, bár az ilyen adatok gyűjtése nem kis feladat. Ez különösen a nagyvállalatokra igaz, amelyek általában több régióban működnek.

Az eredmények szerint az 1998–2000-es időszakban az európai vállalatok kevesebb mint fele, 44%-uk folytatott innovációs tevékenységet. Az innovatív cégek reprezentálták azonban a felmérésbe bevont vállalatok összes forgalmának 75%-át, illetve a munkaerő-állomány 72%-át. Az innovatív vállalatok súlya tehát lényegesen nagyobb, mint a többieké (1. ábra).



1. ábra Az innovációs tevékenységet folytató vállalatok részaránya ágazatonként, 1998–2002

Mivel napjainkban mindenki az innováció jelentőségét hangsúlyozza, felmerül a kérdés, hogy miért van olyan sok vállalat, amely egyáltalában nem foglalkozik innovációval. A felmérés szerint két alapvető oka van ennek: az egyik az, hogy a vállalatok teljesen elégedettek meglévő termékeikkel és szolgáltatásaikkal, a másik pedig az, hogy bár szívesen „újítanának”, de ennek van valamilyen leküzdhetetlen akadálya. Még az innovatív vállalatok 37%-a is azt állította, hogy innovációs projektje valamilyen okból jelentősen késik, 22%-uk pedig különböző nehézségek miatt el sem tudta kezdeni azt.

Nem meglepő, hogy a nehézségek főleg gazdasági természetűek: első helyen a források hiánya áll, majd a túlságosan nagy kockázat következik. A belső tényezők között a képzett személyzet hiánya a legjelentősebb akadály, a szabályozásokkal vagy szabványokkal kapcsolatos

nehézségeket viszont csak 11% említette. A szolgáltatóipari vállalatoknál sokkal hangsúlyosabban jelentkeznek az összes itt felsorolt probléma, mint a gyártó cégeknél.

A saját know-how mint az innovációk legfontosabb forrása

Az innovációk kétharmadát a vállalaton belül fejlesztették ki, 18%-ukat pedig más vállalatokkal együttműködésben. A know-how-val kapcsolatban a vállalatok 38%-a belső erőforrásait tartotta a legfontosabb tényezőnek, 28% számára a fogyasztók, 20% számára pedig az ügyfelek jelentették az innováció legfontosabb tényezőjét. Az egyetemeket a megkérdezett vállalatok mindössze 5%-a tartja az innováció szempontjából fontos tudás forrásának, a magán- vagy állami tulajdonú kutatóközpontok esetében ez az arány még kisebb, csak 3%.

Fontos kérdés, hogy a felmérés nyújtott-e bizonyítékokat arról, hogy az innovatív cégek valóban sikeresebbek-e a többiekénél? A vállalatok által bonyolított forgalmat mint az említett összefüggés elég durva, de első megközelítésben elfogadható mutatóját alkalmazva a válasz igen: az innovációs tevékenységet folytató vállalatok növekedése átlagosan évi 9%, míg a többiek esetében ez az érték csak 3% volt. Az újítók szerint mind termékeik vagy szolgáltatásaik minősége, mind termékválasztékuk javult (az előző 40, az utóbbi 29%-kal), de kedvező irányban változott ezeknél a vállalatoknál a termelőkapacitás (25%-os növekedés) és a piaci részesedés is (plusz 24%).

Fontos kérdés az is, hogy van-e munkahelyteremtő hatása az innovációnak. Az Európai Bizottság Vállalkozási Főigazgatóságát képviselő Peter Löwe szerint ezzel összefüggésben meg kell különböztetni folyamatinnovációt és termékinnovációt. Az utóbbi eredményei új termékek, amelyek – ha sikeresek – növelik a forgalmat és javítják a foglalkoztatási helyzetet. A folyamatinnováció ezzel szemben nem vezet minden esetben új termékhez.

A sikeres innovátorok 58%-a termék- és folyamatinnovációkat egyaránt használt; míg 25%-uk csak termékinnovációval, 17% pedig csak folyamatinnovációval foglalkozott. Az utóbbiak munkahely-teremtő hatása erősen korlátozott.

A felmérés továbbfejlesztése

Már készülnek a tervek az újabb felmérésekhez. Az egyik javaslat szerint a mostani felmérésnél tágabban kellene értelmezni az innováció

fogalmát, az ugyanis túlságosan a technológiai innovációra koncentrál. A Bizottság szerint ez túl szűk meghatározás, ezért a vizsgálatot ki kell terjeszteni a szervezeti innovációkra. Ide tartoznak a menedzsmenttel kapcsolatos innovációk és az ún. prezentációs innovációk, amelyek a termékek bemutatásában és marketingjében kidolgozott újításokat jelentik. Mindez azért is fontos, mert Európának várhatóan a szervezeti innovációk területén lesz a legnehezebb utolérni a világ innováció terén legerősebb vállalatait és régióit.

A vállalatoknak szervezeti módszereiket is meg kell változtatniuk, ha a lehető legnagyobb mértékben ki akarják használni az innovatív technológiák által nyújtott lehetőségeket. Ez nem azt jelenti, hogy a technológiai innováció kevésbé fontos, de az ún. technológiai abszorpció, vagyis az új technológiák maximális mértékű hasznosítása sok esetben nem technológiai kérdés, hanem szervezeti feladat.

Nem szabad persze a másik végletbe esve túl tágra meghatározni az innováció fogalmát, mert a statisztikusok szerint ilyen esetekben fennáll annak veszélye, hogy a válaszolók különbözőképpen értelmezik azt, ami ronthatja a statisztikai adatok minőségét.

A tervek szerint a CIS-felmérés teljes egészében a jövőben is négyévente jelenik meg, két felmérés közötti félidőben azonban nyilvánosságra hoznak egy kisebb jelentést, amely az Innovációs Ponttáblához (Innovation Scoreboard) szükséges mutatókat fogja tartalmazni.

A CIS egyébként az európai kormányoknak nélkülözhetetlen segítséget nyújt az innováció trendjeinek megismerésében, mivel ez az egyetlen statisztikai program, amely ezzel a területtel foglalkozik.

A beszámoló növekvő jelentőségét mutatja, hogy ma már Japánban és Kanadában is készítenek hasonló vizsgálatot.

Összeállította: Enyedi István

Takig the pulse of innovation. = Innovation and Technology Transfer, 3. k. 4. sz. 2004. máj. p. 16–17.

Making the most of a larger research pool. = Euroabstracts, 42. k. 4. sz. 2004. p. 6.