

Virksomheder efterlyser humanistisk forskning

■ Forskning

AF NIELS BARFOD

Danske erhvervsvirksomheder efterlyser ny forskning inden for humaniora og samfundsfag, specielt når det gælder temaer som f.eks. kreativitet og innovation, internet, det aldrende samfund og kultur- og forretningsforståelse.

Det viser resultatet af en undersøgelse af 100 danske erhvervsvirksomheders behov for adgang til forskningsresultater, som er gennemført af New Insight for Danmarks Erhvervsforsknings Akademi (DEA), som arbejder specifikt for at viden inden for humaniora og samfundsfag kommer ud i virk-

somhederne. Det er første gang, at erhvervslivet formulerer helt præcise nedslagspunkter for, hvor ny forskning kan gøre gavn i erhvervslivet.

Meget at bidrage med

»Det er ikke nogen nyhed, at humaniora og samfundsvidenskab har meget at bidrage med, når det drejer sig om at få sorte tal på virksomhedernes bundlinje. Men der mangler viden om, hvor præcist det er, samfundsfag og humanistisk viden kan virke som løftestang for innovation og vækst i virksomhederne. Undersøgelsen er en ønskeliste til forskningen, som mange kan have glæde af at studere – ikke mindst for dem,

som fordeler penge til strategisk forskning, er der tale om pligt-læsning,« siger DEA's formand, direktør Lars Nørby Johansen.

»Det er en rigtig god inspirationskilde. Mange små og mellemstore virksomheder er ikke store nok til at bedrive forskning. De skal have viden tilført. Nu har vi for første gang en ønskeseddel fra virksomhederne om, hvilken videnspredning de efterspørger,« siger Lars Nørby Johansen, som gerne ser, at også forskerne læser med.

»Forskerne skal bevare deres forskningsfrihed, men der kan man godt lade sig inspirere og se om nogle kunne have gavn af deres forskning,« tilføjer han. Analysen definerer syv hovedområder, hvor der efterspørger

konkrete forskningsresultater:

- **Kreativitet og innovation:** Her handler det om at formalisere kreative processer, om tværfaglighed, metoder til brugerdreven innovation og ophavsret, Intellectual Property Rights (IPR).
- **Internet – Adfærd og Kommunikation:** Her drejer det sig om nye forretningsmodeller, relationer mellem brugere og web 2.0.
- **Det aldrende samfund:** Tværfagligt og fremadrettet, sundhed og omkostninger.
- **Kultur- og forretningsforståelse:** Tredje verden som marked, kulturforskelle.
- **Risiko og usikkerhed:** Forbrugerforståelse af risiko, virksomhedernes usikkerhed

og risiko, at forholde sig til fremtiden.

- **Værdi, relevans og effekt:** Måle værdien af forskning.
- **Forandringdynamik:** Virksomhederne vil udfordres, forandringsparathed, forbrugertrends og branding.

Virksomhederne er blevet bedt om at forholde sig til kerneudfordringerne de næste femti år. Udfordringer som humaniora og samfundsfagene kan bidrage med at løse, hvis det danske erhvervslivs konkurrenceevne skal bibeholdes, hedder det i analysen, som bl.a. har undersøgt specifikt gazellevirksomhedernes behov.