

Erhvervs- forskning halter

■ Hver femte virksomhed har økonomisk gevinst af at samarbejde med forskere fra de humanistiske og samfundsvidenskabelige fakulteter på universiteterne og handelshøjskolerne.

Af **MARIA DALHOFF**

maria.dalhoff@jp.dk

Når en dansk virksomhed samarbejder med humanistiske og samfundsvidenskabelige forskere, så er det langt fra sikkert, at der kommer en økonomisk gevinst ud af det.

Mindre end halvdelen af virksomhederne mener, at et samarbejde mellem parterne har forbedret virksomhedens konkurrenceevne.

Og 20 pct. af de involverede virksomheder oplever, at et samarbejde med forskere om eksempelvis en konkret markedsføringsindsats eller om virksomhedens sociale engagement efterfølgende er resulteret i økonomisk vækst.

Det konkluderer Erhvervsforskningsbarometer 2007, som fagforeningen DJØF og DEA, Danmarks Erhvervsforsknings Akademi, offentliggør i dag. Barometeret har kortlagt omfanget og værdien af samarbejdet mellem offentlige og private virksomheder og de humanistiske og samfundsvidenskabelige fakulteter på universiteterne og handelshøjskolerne.

Di er ikke imponeret

Erhvervsorganisationen Dansk Industri (DI) er ikke imponeret:

»Resultaterne er ikke overvældende. Vi skal løfte konkurrenceevnen for de danske virksomheder, men noget tyder på, at virksomhederne ikke får ret meget ud af denne type samarbejde,« siger Charlotte Rønhof, forskningspolitisk chef i DI.

DEA

■ Danmarks Erhvervsforsknings Akademi har en vision om, at:

DEA bør få afgørende betydning for en styrkelse af danske virksomheders og forskningsmiljøers konkurrenceevne ved, at DEA bliver det samlende og førende forum i Danmark til at fremme erhvervsforskning og videndeling på det humanistiske og samfundsvidenskabelige område.

■ Stiftet i 2002. DEA drives af FUHU, Foreningen til Unge Handelsmænds Uddannelse.

■ Formand for DEA er Lars Nørby Johansen, tidl. koncernchef i Group 4 Falck.



» Resultaterne er ikke overvældende.

Charlotte Rønhof, forskningspolitisk chef i DI.

Ifølge den nye undersøgelse mener dog 63 pct. af de adspurgte virksomheder, at forskningssamarbejdet har identificeret nye strategiske muligheder, og 43 pct. mener også, at virksomhedens beslutningsgrundlag er blevet styrket. Hver fjerde af de adspurgte virksomheder peger på, at samarbejdet med eksempelvis en jurist, en antropolog eller en sprogforsker har ført til udvikling og innovation af metoder til produktion af varer og tjenesteydelser.

Prioriteres ikke nok

Barometeret konkluderer også, at virksomhedslederne selv synes, at den største barriere for mere erhvervsforskning med bl.a. samfundsvidenskabelige forskere er, at virksomhederne ikke prioriterer forskning og udvikling højt nok. Samtidig mener 43 pct. af de adspurgte virksomheder og 54 af institutlederne, at virksomhederne mangler viden om forskningens erhvervsrettede potentiale. Derfor skal der skabes større politisk og offentlig forståelse for, at investering i samfundsvidenskab og humaniora betaler sig, mener fagforeningen DJØF.

»Masser af virksomheder går glip af innovation og udvikling og i sidste ende flere penge på bundlinjen, når de ikke prøver denne form for samarbejde af. Virksomhederne har tendens til at fokusere på at forske i teknologi, men der er måske endnu flere penge at hente, hvis man samarbejder med humanister og samfundsvidenskabelige forskere,« siger Jan Helmer, formand for DJØF Privat.

Gevinster at hente

Jan Helmer peger bl.a. på, at de mere "bløde" forskere eksempelvis er gode til at hjælpe nye tekniske produkter godt ud på verdensmarkedet ved hjælp af videnskabelig markedsforståelse, logistik eller organisering. På det punkt er Charlotte Rønhof fra DI enig. Hun mener bl.a., at der er store gevinster at hente, hvis virksomhederne brugte forskerne til at blive bedre til at forstå forbrugerne.

Erhvervsforskningsbarometer 2007/2008 bygger på en spørgeskemaundersøgelse gennemført i sommeren 2007. 57 institutter og 37 virksomheder besvarede spørgeskemaet. ■