

# **Hur nyttiggörs humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning av näringslivet?**

En förstudie om möjligheter och barriärer för samverkan, innovation och tillväxt

**Fil dr. Klara Tomson**

**Södertörns högskola**

## Sammanfattning

Föreliggande förstudie syftar till att öka vår kunskap dels om efterfrågan på samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning i näringslivet, dels om och hur forskning inom dessa vetenskapsområden nyttiggörs av företag. I studien identifieras även vilka barriärer och möjligheter som finns för en utveckling av detta nyttiggörande.

Studien pekar på att det finns en stor efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i näringslivet. Vår litteraturgenomgång visade att företag i allmänhet och tjänsteföretag i synnerhet efterfrågar forskning inom ekonomi, ledarskap, organisation, marknad och kommunikation – det vill säga forskning inom humaniora och samhällsvetenskap<sup>1</sup>. Därutöver är behovet av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning också mycket tydligt inom de kreativa näringarna och upplevelseindustrin.

Genom vilka processer nyttiggörs då denna forskning av företag? Litteraturgenomgången visade att det vanligaste sättet varmed företag nyttiggör forskning är genom att anställa personer med en akademisk utbildning. Dessa personer bär med sig idéer från forskningen in i företagen där de sedan kan omsättas i förbättrade processer och produkter. Utöver att anställa akademiker tar även många företag till sig och använder forskningsresultat utan direkt kontakt med universitet och högskola. Det är också relativt vanligt att företag tar emot praktikanter, studenter som arbetar med sina examensarbeten, köper en konsulttjänst från universitet/högskolor och deltar vid konferenser där forskningsresultat presenteras.

Dessa mer vanliga interaktionsformer kan fungera som en slags ingång till djupare och mer ovanliga former av interaktion som på sikt har potential att leda till större nytta för företagen. En sådan mer sällsynt samverkansform är att forskare vid universitet och högskolor genomför forskningsprojekt tillsammans med företag. Denna samverkansform är emellertid vanligare bland forskare inom teknik, medicin och naturvetenskap än bland humanister och samhällsvetare<sup>2</sup>. Samtidigt skiljer sig inte attityderna till samverkan nämnvärt åt mellan forskare inom olika vetenskapsområden. Humanister och samhällsvetare är med andra ord lika positiva till samverkan som andra<sup>3</sup> vilket skulle kunna tolkas som en möjlighet att utveckla interaktionen mellan dem och näringslivet.

Att forskare inom humaniora och samhällsvetenskap har relativt liten erfarenhet av samverkansprojekt med näringslivet kan nog delvis förstås som en följd av ett nationellt innovationssystem som i hög grad fokuserat på teknik, medicin och naturvetenskap och är resursallokerat gentemot industrisektorn. Tjänsteföretagen – som efterfrågar humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning som stöd för sina innovationsprocesser – har t.ex. inte på samma sätt integrerats i forskningspolitiska satsningar. Den rådande forskningspolitiken kan

---

<sup>1</sup> I studien "Kunskapssyner i Näringslivet", VA, 2008, som inkluderade företag i olika branscher fick företagsledarna frågan om de under innevarande år hade tagit del av några forskningsrön som skulle kunna vara av betydelse för företaget. Av dem som svarade jakande på denna fråga uppgav 12% att resultaten berörde Arbets-/beteendevetenskap, 14% Ekonomi/marknad och 4% annan samhällsvetenskap/humaniora.

<sup>2</sup> Wahlbin, C. och Wigren, C., 2007, Samverkan i det akademiska vardagslivet, Nutek.

<sup>3</sup> Detta ska emellertid sägas med reservation för att den refererade studien har undersökt attityder till samverkan i vid bemärkelse. Resultaten gäller attityder till samverkan som omfattar interaktion med såväl offentliga som privata organisationer och aktörer som syftar till utveckling av demokrati, utbildning och kunskapsutveckling och tillväxt. I en framtida studie skulle det vara intressant att undersöka humanisters och samhällsvetares attityder till samverkan med näringslivet som syftar till tillväxt, isolerat från andra variabler.

därmed ses som en barriär för en utvecklad samverkan mellan forskning inom humaniora och samhällsvetenskap och näringslivet.

Svaga incitament för samverkan utgör en andra barriär för att stärka interaktionen mellan näringsliv och forskning. Dels har det traditionellt inte varit meriterande för forskare att samverka med näringslivet. Dels är djupare former av samverkan resurskrävande för företag samtidigt som den eventuella nyttan kommer först på sikt.

En tredje barriär utgörs av kulturskillnader mellan akademi och näringsliv (exempelvis avseende språk, löptider och arbetssätt). I linje med detta samverkar företag som har många akademiker anställda mer med universitet och högskolor än företag som inte har denna typ av kompetens. Företag med anställda akademiker har således lättare att överbrygga denna barriär än andra företag.

Men det är inte bara företagen som ska visa förståelse för och anpassa sig till akademien. Universitet och högskolor måste också bli bättre på att kommunicera forskningsrön till näringslivet på ett begripligt sätt. I dagsläget finns det tydliga kommunikationshinder i den mening att forskningen upplevs som svårtillgänglig av företag avseende såväl forskningsrapporters språk och form, som de kanaler genom vilka de sprids.

Avslutningsvis ger vi några förslag på konkreta åtgärder som syftar till att riva barriärerna mellan näringslivet och humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning. Dessa förslag har formulerats med utgångspunkt i såväl akademins som företagens förutsättningar.

1. Gör inlägg i samhällsdebatten om forskningens roll för tillväxt och innovation!
2. Betrakta studenter som skriver sin examensuppsats på ett företag, och praktikanter, som en viktig interaktionsform och ingång i företaget!
3. Kommunicera vad universitet/högskolor kan erbjuda näringslivet på ett tydligt och lättillgängligt sätt!
4. Skapa fler mötesplatser där företagare och forskare kan mötas!
5. Utveckla alumni-verksamhet som en ingång för djupare interaktion!

Förstudien omfattar en litteraturgenomgång och 20 kontakter med ett urval av företagens branschorganisationer, representanter för akademien samt forskningsstiftelser och forskningsstödande myndigheter. Klara Tomson, fil.dr i företagsekonomi vid Södertörns högskola har genomfört studien på uppdrag av och i dialog med Antonia Ribbing, samordnare för samverkansuppgiften vid Södertörns högskola. I detta arbete har även Christer Ekelund, ek.dr och VD vid Högskolan i Kristianstad Holding AB deltagit. Förstudien har genomförts som en insats inom ramen för föreningen UniLinks nationella projekt 2006-2008<sup>4</sup> som finansierats med stöd av Nutek och ovannämnda lärosäten.

---

<sup>4</sup> UniLink är en ideell förening som har som syfte att utveckla och förnya samverkan mellan högskolan och det omgivande samhället. Det övergripande syftet med det nationella projektet har varit att stärka universitetens och högskolornas samverkan med det omgivande samhället och att öka möjligheterna för dem som arbetar med samverkansfrågor att delta i gemensamma aktiviteter, samarbeten och arbetsgrupper. Målsättningen är att utveckla lärprocesser och stimulera till utveckling och spridning av goda arbetsätt inom området.

## Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Syfte och problemställning.....	2
1.2 Metod, definitioner och avgränsning .....	3
1.3 Fortsatt disposition .....	6
2. Näringslivet efterfrågar samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning.....	6
2.1 Företag i alla branscher efterfrågar hum/sam forskning .....	7
2.2 Tjänsteinnovationer behöver stöd av hum/sam forskning.....	8
2.3 Efterfrågan på mångvetenskaplig forskning .....	11
2.4 De kreativa näringarna och upplevelseindustrin efterfrågar hum/sam forskning .....	13
2.5 Sammanfattning .....	14
3. Företags nyttiggörande av hum/sam forskning .....	14
3.1 Interaktionsformerna mellan akademi och näringsliv är många och komplexa.....	15
3.2 Vanligare interaktionsformer möjliggör mer djupgående samverkan.....	19
3.3 Den rådande forskningspolitiken missgynnar hum/sam forskning .....	20
3.4 Forskningsstiftelsers och myndigheters arbete med nyttiggörandet av hum/sam forskning.....	22
3.5 Tillväxteffekterna av interaktionen mellan företag och forskning.....	28
3.6 Sammanfattning .....	29
4. Möjligheter och barriärer för samverkan .....	30
4.1 Möjligheter att utveckla samverkan .....	31
4.2 Barriärer för samverkan .....	32
5. Slutsatser och förslag till åtgärder.....	37
5.1 Näringslivet efterfrågar humanistisk/samhällsvetenskaplig forskning .....	37
5.2 Forskning nyttiggörs i en mångfald av samverkansformer .....	38
5.3 Möjligheter och barriärer för samverkan .....	39
5.4 Förslag på åtgärder .....	40
5.5 Förslag på framtida studier.....	41
6 Referenser.....	43
Bilaga 1. Innebörden av ”samproduktion” .....	46
Bilaga 2 Ett nordiskt exempel: hur man har arbetat i Danmark.....	49

## 1. Inledning

Enligt högskolelagen framgår att svenska lärosäten ska anordna utbildning som vilar på vetenskaplig eller konstnärlig grund och på beprövad erfarenhet, samt bedriva forskning och utvecklingsarbete<sup>5</sup>. Högskolorna ska även samverka med det omgivande samhället och informera om sin verksamhet. I den senaste forsknings- och innovationspropositionen föreslås en skärpning av samverkansuppdraget. Lärosätena ska samverka inom ramen för sina uppgifter utbildning och forskning samt verka för att forskningsresultat tillkomna vid högskolan ska komma till nytta<sup>6</sup>. Detta kan tolkas som att lärosätena bör bidra till tillväxt och innovation i samverkan med näringslivet och resten av samhället.

Några av representanterna för de universitet och högskolor som är medlemmar i UniLink<sup>7</sup> har poängterat att den svenska samhällsdebatten om forskningens roll för tillväxt och innovation inte har involverat alla ämnen, utan främst fokuserat den tekniska, naturvetenskapliga och medicinska forskningen. I linje med detta har det också funnits en stark drivkraft att forskningssamverkan mellan medicinsk, teknisk, och naturvetenskaplig forskning och näringsliv sker. Den finansiella stödstrukturen i Sverige har därför varit gynnsam för, och i stor utsträckning inriktad på, samverkan för ”traditionella” produkt- och teknikinnovationer. Denna struktur speglar emellertid inte dagens näringsliv med dess behov, utan kan ses som en kvarleva från mitten av det förra seklet när de teknikbaserade industriföretagen nästan helt dominerade svenskt näringsliv och vår syn på näringslivsutveckling.

På 1960-talet började industrins andel av ekonomin att minska medan andra typer av företag i ökad utsträckning bidrog till tillväxten. Sedan några decennier tillbaka är det snarare tjänsteföretag<sup>8</sup> - som t.ex. H&M, IKEA och Securitas – baserade på olika slags serviceinnovationer som växer till att bli internationellt ledande<sup>9</sup>. Tillväxten i dessa företag drivs i huvudsak av organisatoriska, finansiella och olika slags servicebaserade innovationer, till skillnad från de tekniska innovationer som en gång var drivande för teknikföretagens framgång<sup>10</sup>.

Denna utveckling har även speglats i språket där begreppet innovation delvis har fått en annan betydelse. Svenska Akademiens Ordlista från 1973 definierar innovation som ”teknisk förnyelse, industriell utveckling” där tilläggsförklaringarna ”teknisk” och ”industriell” anger ordets ungefärliga innebörd, eller dess betydelseområde. I den senaste upplagan av Svenska Akademiens Ordlista finns emellertid inte dessa tilläggsförklaringar med utan där beskrivs

---

<sup>5</sup> Högskolelag 1992:1434 kap 1. 2 §

<sup>6</sup> Prop. 2008/09:50 *Ett lyft för forskning och innovation*

<sup>7</sup> UniLink är en ideell förening som har som syfte att utveckla och förnya samverkan mellan högskolan och det omgivande samhället.

<sup>8</sup> Tjänster kan delas upp i personliga och icke-personliga tjänster. Till de icke-personliga tjänsterna räknas producent-, förmedlings- och kapitaltjänster. Till personliga tjänster räknas hälso- och sjukvårdstjänster, utbildning, barnomsorg och städtjänst samt hushållsnära tjänster som städning, tvättning och barnpassning. (för en vidare diskussion om vad tjänsteföretag är se: Näringslivets tillstånd 2008, Tjänsteparadox skapar tillväxt, Institutet för tillväxtpolitiska studier).

<sup>9</sup> Tjänstesektorn sysselsätter ungefär 80 % av alla förvärvsarbete i Sverige och hälften av svensk BNP byggs på tjänster. Av alla nya företag som etableras i dag är 8 av 10 tjänsteföretag och 26 % av Sveriges export är tjänsteexport.

<sup>10</sup> Se vidare De bortglömda innovationerna, Nutek 2005:4

---

istället innovation som ”införande av nyhet; förnyelse”. Följaktligen ska begreppet innovation inte längre betraktas som något enbart tekniskt och industriellt. Som nämnt tidigare är många av dagens innovationer, som skapar nya arbetstillfällen och annan form av ekonomisk tillväxt, tjänsteinnovationer.

Om tjänsteinnovationer kan stärkas och utvecklas med stöd av forskning från humaniora och samhällsvetenskap, så bör Sverige inte enbart fokusera på behovsorienterad forskning inom naturvetenskap, medicin och teknik. Dessutom ställer globaliseringen – det utökade utbytet av idéer, varor, tjänster och kapital över nationsgränser – nya krav på näringslivet, som delvis kan hanteras med hjälp av forskning inom humaniora och samhällsvetenskap. Många svenska företag vill etablera sig på internationella marknader och möjligheterna att lyckas med detta ökar om de har kunskap om t.ex. språk och kultur. Därutöver kan humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning hjälpa näringslivet att utveckla arbetsmetoder för en mer hållbar utveckling<sup>11</sup>. Det ställs krav på att dagens företag skall agera etiskt och ta ett socialt ansvar så att samhällsutvecklingen blir mer hållbar. Dessa etiska dimensioner av företagande är en viktig faktor i den nya kunskapsekonomin som ska känneteckna Sverige och Europa.

Den kunskap som skapas genom humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning har således potential att lämna ett viktigt bidrag till innovation och tillväxt i svenskt näringsliv. Men vad säger företagen? Efterfrågar de forskning inom humaniora och samhällsvetenskap? Om ja, hur kommer de i kontakt med och använder denna kunskap? Med innovation avses att nyheten – i det här fallet nya forskningsrön – också ska ha kommit till användning. Det är först när forskningsresultaten har tagits tillvara av företag och andra organisationer som vi kan se en direkt samhällsekonomisk nytta av den nya kunskapen. Därmed blir det också viktigt att identifiera de möjligheter respektive hinder som föreligger för utvecklingen av näringslivets nyttiggörande av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning.

## 1.1 Syfte och problemställning

Forskning och utbildning är viktigt för näringslivet, men företagen<sup>12</sup> tillfrågas sällan om sin relation till akademien, vilken slags kunskap de behöver och hur de nyttiggör forskningsresultat. Istället är den nu dominerande diskussionen runt innovationssystem och samverkan i hög utsträckning skapad av politiker, myndigheter och företrädare för vissa forskningsfält<sup>13</sup>. Detta, i sin tur, skulle kunna leda till att forskningsstrategiska satsningar missriktas.

Idag befinner vi oss inte längre i ett industrisamhälle utan i ett tjänstesamhälle<sup>14</sup>. Denna samhällsförändring verkar emellertid inte återspeglas fullt ut i den rådande forskningspolitiken. Tjänsteföretagen – som eventuellt skulle gynnas av större, strategiska

---

<sup>11</sup> Med hållbar utveckling ska förstås en utveckling som tillfredställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov (Bruntlandkommissionen 1987). Hållbar utveckling innehåller en social dimension, en ekonomisk dimension och en miljömässig dimension.

<sup>12</sup> I synnerhet inte små och medelstora företag.

<sup>13</sup> I innovationssammanhang är det framför allt forskare inom teknik och medicin som är tongivande. För en vidare diskussion om de aktörer som har påverkat den rådande synen på det nationella innovationssystemet, se Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, *Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor*, Svenskt Näringsliv.

<sup>14</sup> Låt vara att många tjänster är varulikhade eller kopplade till en produkt.

satsningar på humaniora och samhällsvetenskap – får inte samma stöd som industriföretagen av dagens forskningsstruktur. Därutöver skapar globaliseringen och kraven på hållbar tillväxt nya problem och möjligheter för företag som delvis skulle kunna bemötas med kunskap som tagits fram inom humaniora och samhällsvetenskap.

Mot denna bakgrund är syftet med föreliggande förstudie att öka vår kunskap dels om efterfrågan på samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning i näringslivet, dels om och hur forskning inom dessa vetenskapsområden nyttiggörs av företag samt vilka barriärer och möjligheter som finns för en utveckling av detta nyttiggörande. Sammantaget innehåller detta syfte tre frågeställningar:

- *Finns det en efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i näringslivet?*
- *Hur nyttiggör företag forskningsrön inom dessa två vetenskapsområden?*
- *Vilka barriärer och möjligheter finns det för att utveckla företagets nyttiggörande av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning?*

För att få svar på dessa frågor måste vi först och främst vända oss till företagen själva och till studier av relationen mellan näringsliv och akademi, som har ett företagsperspektiv. Men det finns även andra aktörer som kan vara viktiga att kontakta för detta ändamål. I stycket som följer redogör vi mer utförligt för våra metodval.

## **1.2 Metod, definitioner och avgränsning**

Som nämnt ovan är det endast företagen själva som kan besvara om de efterfrågar humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning och, i så fall, hur denna forskning nyttiggörs. Givet detta sökte vi efter tidigare studier som hade undersökt dessa frågor ur ett näringslivsperspektiv. Vår litteraturgenomgång<sup>15</sup> visade att det fanns ytterst få sådana studier<sup>16</sup> som behandlade relationen mellan akademi och företag i allmänhet, och ingen som enbart fokuserade på företagets relation till forskning inom humaniora/samhällsvetenskap.

Under arbetet med litteratursökningen kontaktades även representanter för högskolor/universitet, forskningsfinansiärer och branschorganisationer som kunde tänkas besitta kunskap inom området. Urvalet av dessa personer och organisationer var dels strategiskt, dels använde vi oss av den så kallade snöbollsmetoden. Med andra ord så började vi med att kontakta personer med en stark profil inom t.ex. humaniora eller företagets intresseorganisationer och bad sedan dem att föreslå namn på andra personer som skulle kunna vara intressanta att tala med.

---

<sup>15</sup> Sökningar gjordes i bl.a. google scholar (med olika kombinationer av sökorden: näringsliv, företag, humaniora, samhällsvetenskap, innovation, tillväxt, samverkan).

<sup>16</sup> Följande fem studier hittades: Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv, Hermansson, K. "Kunskapssynen i Näringslivet", VA, 2008, "Från labb till hubb – forskning om tjänstesamhället", Almega, 2008, och Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?", Almega, 2008, och Heldén Filipsson, L. H., Linder, S., 2001, Kunskap i samverkan – mötet mellan högskola och småföretag, Företagarnas Riksorganisation.

---

Tjugo kontakter gjordes med representanter<sup>17</sup> för följande organisationer: Almega, Electrolux, Handelshögskolan i Stockholm, KK-stiftelsen, KTH, Kultur och Näringsliv, NUTEK, Svensk Handel, Svenskt Näringsliv, SISTER, Stockholms universitet/Neron, Copenhagen Business School, Teknikföretagen, Trendethnography, Umeå universitet, Vetenskapsrådet, och Vinnova. Dessutom har samtliga personer som står listade som kontaktpersoner för Vinnovas Nyckelaktörsprojekt kontaktats. Slutligen har en rad informella samtal med forskare och praktiker genomförts, bl.a. under deltagandet vid Vinnovas nyckelaktörskonferens den 24-25 september 2008.

Med tanke på att vi lägger en stor vikt vid företagens perspektiv i denna studie så kräver vårt val av företagens intresseorganisationer en mer utförlig motivering. För att få en inblick i hur företag ser på forskning inom humaniora och samhällsvetenskap, och i vilken utsträckning de nyttiggör denna forskning, kontaktade vi ett urval av företagens intresseorganisationer.

Först och främst vände vi oss till *Svenskt Näringsliv*, som är en paraplyorganisation för alla branschers intresseorganisationer. Därigenom hoppades vi kunna överblicka hur företag i olika branscher efterfrågar och använder forskning inom humaniora/samhällsvetenskap. När det visade sig att Svenskt Näringsliv vid tiden för vår undersökning saknade kunskap om detta, kontaktade vi istället tre av organisationens medlemmar: *Svensk Handel*, *Almega* och *Teknikföretagen*.

Valet av dessa organisationer var strategiskt. För det första är dessa organisationer stora, mätt i medlemsantal, och täcker därför in en betydande del av Svenskt Näringsliv<sup>18</sup>. För det andra antog vi att forskning inom humaniora och samhällsvetenskap var viktig för såväl företag inom handeln (representerade av Svensk Handel) som tjänstesektorn (representerade av Almega). Således bedömde vi chansen att dessa intresseorganisationer skulle kunna ge oss en inblick i hur forskning inom humaniora och samhällsvetenskap tas tillvara av deras respektive företag som relativt god. För det tredje valdes Teknikföretagen för att ge oss en inblick i huruvida det fanns intresse för forskning inom humaniora och samhällsvetenskap även bland teknikföretag.

Syftet med att kontakta representanter för de organisationer som presenteras ovan var att undersöka om dessa personer kände till några rapporter som kunde hjälpa oss att besvara studiens tre frågeställningar, och/eller om de funderat över/diskuterat dessa frågor med kollegor, och i så fall vad de hade kommit fram till. Bilden som växte fram under detta arbete var som nämnt tidigare – *och detta är ett fynd i sig* – att det inte fanns någon litteratur som specifikt kartlagde hur den kunskap som skapas inom humaniora och samhällsvetenskap tas tillvara av näringslivet i Sverige (Almeegas rapporter<sup>19</sup> kommer ganska nära, men de fokuserar på tjänsteforskning, vilket innebär en avgränsning inom det större fältet humaniora/samhällsvetenskap). Vi kunde däremot vaska fram vissa resultat från andra studier som var användbara även för att besvara våra frågeställningar.

---

<sup>17</sup> Namnen på de personer som har kontaktats redovisas i referenslistan.

<sup>18</sup> Se [www.svensktnaringsliv.se](http://www.svensktnaringsliv.se) för mer information.

<sup>19</sup> "Från labb till hubb – forskning om tjänstesamhället", Almega, 2008. och Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?", Almega, 2008.



---

För att kunna lyfta fram exempel på hur humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet kan samverka i forskningsprojekt så har vi också studerat de 24 projekten i KK-stiftelsens program ”utökad samproduktionskompetens”. En inspirationskälla för detta program var två danska rapporter som beskriver och mäter samverkan mellan danska företag och forskning inom humaniora och samhällsvetenskap. Dessa två rapporter redovisas i bilaga 2 i föreliggande rapport, som ett exempel på hur vi skulle kunna gå vidare med dessa frågor här i Sverige.

#### *Avgränsningar och definitioner*

I denna förstudie görs inget anspråk på att redovisa all den forskningssamverkan som sker eller har ägt rum mellan svenska lärosäten inom området humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet. Inte heller har vi försökt kartlägga samtliga exempel på hur forskning inom dessa vetenskapsområden nyttiggörs av företag. Istället har vi strävat efter att skapa en någorlunda rättvisande bild av företags attityder till och arbete med denna typ av forskning genom den existerande litteraturen inom området, samt ett 20-tal kontakter med ett strategiskt urval av forskare, branschorganisationer, och forskningsstiftelser/myndigheter som verkar som brobyggare mellan näringsliv och akademi.

Med *nyttiggörande* av forskningsresultat avser vi att företagen har tagit tillvara den kunskap som har producerats av forskare och använt denna för att skapa eller utveckla en tjänst, produkt eller verksamhetsorganisering. Frågan hur forskning nyttiggörs av företag är mycket stor och svår att få ett heltäckande svar på. Det handlar inte bara om att identifiera genom vilka processer som företagen kommer i kontakt med forskningsrön utan också att undersöka om och hur dessa idéer sedan omsätts i en ny tjänst, produkt eller verksamhetsorganisering.

Dessa processers komplexitet ställer krav på djupgående studier som omfattar såväl kvantitativa som kvalitativa data. Om vi till exempel vill ta reda på vilken effekt ett forskningsområde inom humaniora har fått i näringslivet blir traditionella samverkansindikatorer, som att licensiera universitetspatent, kommersialisera forskningsresultat, ha industridoktorander, eller att någon på företaget har verkat som adjungerad professor<sup>20</sup> trubbiga verktyg. Man skulle istället behöva spåra längre spridningskedjor och genomföra olika former av innovationsspridningskartläggningar<sup>21</sup>. Detta fanns det emellertid inte tid att göra inom ramen för denna studie. Istället har vi använt de indikatorer på nyttiggörande av forskning som används i de studier som vi refererar till och har försökt att besvara våra frågor baserat på dessa studier så långt det har varit möjligt.

Vidare kommer vi i rapporten löpande att skriva om humaniora och samhällsvetenskap utan att problematisera att villkoren för dessa vetenskapsområden, när det gäller interaktion med företag, kan skilja sig ganska stort. Till exempel så tillhör företagsekonomiämnet – som har en lång tradition av samverkan med näringslivet – samhällsvetenskap. Detta gäller inte minst forskningen kring redovisning. Företagsekonomi är emellertid ett stort ämne och vi menar att det finns forskning även inom detta ämnesområde som skulle kunna nyttiggöras i större

---

<sup>20</sup> Se kapitel 3 för en vidare diskussion om detta.

<sup>21</sup> Vilket även föreslås i Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv. För ett exempel på hur detta metodologiskt kan genomföras se: Kempinsky, P., Burman, M., och Johansson A., 2008, Lokala miljöinvesteringar ger globala avtryck – en utvärdering av information, kommunikation och spridning från den lokala investeringsprogrammen (LIP). Naturvårdsverket Rapport 5806.

utsträckning än vad som görs idag (vilket också blir tydligt i ett senare skede av rapporten när Almegas studie av tjänsteföretagens brist på samverkan med forskning som tillhör företagsekonomi redovisas).

En annan fråga som kan diskuteras är hur gränsdragningen mellan humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning ska dras. Det finns många ämnen, som t.ex. socialantropologi, etnologi, media och kommunikation, som befinner sig i gränslandet mellan dessa två vetenskapsområden. För föreliggande rapport skapar detta inte så stora problem eftersom vi inte har genomfört någon egen enkätundersökning. Vår studie bygger främst på den existerande litteraturen inom området. Där har man, i vissa undersökningar, varit tydlig och specificerat forskningsområden (inom t.ex. tjänsteforskning), medan man i andra fall har frågat företagen om de har tagit del av forskningsrön inom humaniora och samhällsvetenskap utan definiera dessa två kategorier. Slutligen finns det studier där all typ av forskning behandlas som en och samma kategori. Vi försöker vara tydliga med att återge detta i kapitlen som följer. Löpande i texten skriver vi emellertid om humaniora och samhällsvetenskap som om de "hängde ihop", men vi är naturligtvis medvetna om att det kan finnas viktiga skillnader både mellan och inom dessa två vetenskapsområden – inte minst när det handlar om frågan hur näringslivet nyttiggör forskningsrön från dessa respektive områden.

### **1.3 Fortsatt disposition**

Syftet med denna förstudie är att öka vår kunskap dels om efterfrågan på samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning i näringslivet, dels om hur forskning inom dessa vetenskapsområden nyttiggörs av företag och vilka barriärer och möjligheter som finns för en utveckling av detta nyttiggörande. Kapitel två handlar om näringslivets efterfrågan på forskning inom humaniora och samhällsvetenskap och inom vilka områden som näringslivet skulle vilja att det forskades mer om. Kapitel tre handlar om de processer genom vilka forskningsrön som har sitt ursprung i humaniora och samhällsvetenskap nyttiggörs av näringslivet. Här beskrivs även hur forskningsstiftelser och myndigheter som stödjer behovsmotiverad forskning har arbetat för nyttiggörandet av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning. I kapitel fyra identifieras ett antal barriärer som hindrar utvecklingen av företags interaktion med akademien och nyttiggörande av forskning. Dessutom belyses de möjligheter som finns för att utveckla dessa processer och de åtgärder som bör tas för att riva barriärerna. Slutligen så presenterar kapitel fem studiens viktigaste resultat och ett antal förslag dels på åtgärder som behöver vidtas för att samverka mellan humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet ska kunna utvecklas, dels på studier som behöver genomföras för att vi ska kunna lära oss ännu mer om detta viktiga område.

## **2. Näringslivet efterfrågar samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning**

Humaniora och samhällsvetenskap lyfts ofta fram som en källa till förståelse för de samhällsmässiga konsekvenserna av dagens globalisering och teknologiska utveckling, samt de etiska problemställningar som dessa konsekvenser ger upphov till. Men kunskap från humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning hjälper oss inte endast att förstå samhällsutvecklingen. Forskningsrön från dessa vetenskapsområden kan också *bidra* till

tillväxt i näringslivet, vilket ska diskuteras mer ingående såväl i detta som i nästföljande kapitel.

Föreliggande kapitel handlar om efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i näringslivet, liksom vilken typ av forskning inom dessa vetenskapsområden som företag säger sig vara i behov av. Under arbetet med studien har vi kunnat konstatera att kunskapen om detta inte är så väl spridd i dagsläget. Till exempel berättar Maria Anvret, rådgivare i forskningspolitiska frågor hos Svenskt Näringsliv, att hon idag inte känner till hur forskningsresultat som har sitt ursprung inom humaniora och samhällsvetenskap tillvaratas av näringslivet<sup>22</sup>. Samtidigt betonar hon att även denna forskning - som präglas av ”mjuka värden” - är viktig för att generera kreativa miljöer.

Att företag *de facto* efterfrågar forskning inom humaniora och samhällsvetenskap blev istället mer tydligt när vi vände oss till tre av Svenskt Näringslivs medlemmar: *Svensk Handel, Almega och Teknikföretagen*. Ytterliggare information om efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning har vi hämtat från tidigare studier som beskriver relationen mellan näringsliv och akademi ur företagets perspektiv. Resultaten från denna datainsamling redovisas i det som följer.

## 2.1 Företag i alla branscher efterfrågar hum/sam forskning

Studier som beskriver relationen mellan näringsliv och akademi ur företagets perspektiv<sup>23</sup> visar att, till skillnad från forskning inom till exempel teknik som endast berör vissa branscher, så efterfrågar snabbväxande företag i alla branscher – så kallade gasellföretag<sup>24</sup> – forskning inom ekonomi, ledarskap, organisation, marknad och kommunikation – det vill säga forskning inom humaniora och samhällsvetenskap<sup>25</sup>.

Detta resultat återspeglas i en studie från Vetenskap och Allmänhet: ”Kunskapssynen i Näringslivet”,<sup>26</sup> som omfattar intervjuer med 600 företagsledare i olika branscher. Dessa företagsledare fick bl.a. svara på frågan om de under innevarande år hade tagit del av några forskningsrön som skulle kunna vara av betydelse för företaget. Bland dem som svarade jakande på denna fråga uppgav 12% att dessa forskningsrön berörde Arbets-/beteendevetenskap, 14% Ekonomi/marknad och 4% annan samhällsvetenskap/humaniora. Till skillnad från forskning inom teknik – som främst hade tagits tillvara av teknikföretag – uppgav företag i alla branscher att de tagit del av dessa forskningsrön.

<sup>22</sup> Mailsvar, 2008-10-24.

<sup>23</sup> Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv, Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?”, Almega, 2008 och ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008.

<sup>24</sup> Ett gasellföretag är ett aktiebolag som: offentliggjort minst fyra årsredovisningar, har en omsättning som överstiger 10 miljoner kronor, har minst 10 anställda, kontinuerligt ökat omsättningen under de senaste tre åren, minst fördubblat sin omsättning under samma period, har ett positivt, samlat rörelsekapital för de fyra räkenskapsåren. Har växt framförallt organiskt och inte genom värv och fusioner och har sunda finanser. (definitionen är ursprungligen hämtad från Dagens Industri).

<sup>25</sup> Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv.

<sup>26</sup> Hermansson, K., ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008.

Ny kunskap som har sitt ursprung inom humaniora och samhällsvetenskap har vanligtvis en processuell karaktär och resulterar sällan i en konkret produkt. Men trots ”osynligheten” är denna typ av kunskap ofta avgörande för ett företags framgång. Forskning om t.ex. ledarskap, flexibla organisationsformer, motiverade medarbetare, stresshantering på arbetsplatsen, nya former av lärande, kunskapsledning och optimering av relationer med leverantörer kan spela en viktig roll för att stärka produktionen och öka företags förmåga att konkurrera – oavsett om de producerar upplevelser, konsulttjänster, maskindelar eller läkemedel<sup>27</sup>.

Utöver att tillföra kunskap om ledarskap och organisation kan humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning också bidra till utvecklingen och förståelsen av den globala marknaden. Konsumentkulturen har ändrat karaktär och blivit mer komplex och individualiserad. Det är en utveckling som ställer nya krav på företagets kontakt och dialog med sina kunder. Näringslivet har ett växande behov av att vinna en större förståelse för konsumenternas religion, språk, identiteter, och värderingar. Allt detta är centrala teman för såväl den humanistiska som den samhällsvetenskapliga forskningen.

Företag som präglas av förståelse för andra kulturer och marknader, samt förmåga att kommunicera över nationella gränser, har lättare att konkurrera globalt än företag som saknar denna kompetens. Som ett konkret exempel kan nämnas att filolog Glenn Ole Hellekjaer, på uppdrag av Främmandespråkscentret i Norge, har undersökt språkfärdigheterna i 664 norska export- och importföretag och studerat vilka problem de har haft på grund av bristande kunskaper i engelska<sup>28</sup>. Undersökningen visar att norska företag tappar kontakter, försäljning och får fel leveranser på grund av bristande kunskaper i främmande språk. 55 % av de tillfrågade företagen uppger att de har råkat förnärma sina egna kunder. 40 % uppger att de inte har klarat att konversera i sociala sammanhang, och nästan lika många uppger att de har förlorat kontrakt. En tredjedel uppger att problem med det engelska språket har hindrat dem från att gå in på nya marknader<sup>29</sup>.

## 2.2 Tjänsteinnovationer behöver stöd av hum/sam forskning

Forskning inom humaniora och samhällsvetenskap är alltså viktigt för företag i allmänhet. Men det är också viktigt att poängtera att den växande tjänstesektorn, i synnerhet, efterfrågar forskning inom just dessa vetenskapsområden, som stöd för deras innovationsprocesser. Tjänsteinnovationer ger bättre affärer och är bra för hela Sverige, trots att de inte alltid avspeglar sig i nya företag eller patent.

När Almega<sup>30</sup>, tjänsteföretagens organisation i Sverige, frågade sina medlemsföretag varför de hade startat sitt företag svarade endast 3 % att de gjort detta på grund av utvecklingen av ny teknik<sup>31</sup>. Tjänsteföretagen utvecklar istället sin verksamhet med hjälp av idéer från kunder

<sup>27</sup> Se rapporten ”Det innovativa humaniora og samfundsvidenskab – Oplæg til en forskningspolitisk handlingsplan, 2005”, utgiven av det danska Videnskabsministeriet.

<sup>28</sup> Norska forskningsrådet, 2008, ”Nasjonal strategi for humanistisk forskning”.

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup> Almega är en organisation för tjänsteföretagare i Sverige. Här finns företag inom många branscher och totalt ingår 8900 tjänsteföretag med 400 000 anställda. Almega söker medverka till att utveckla tjänsteföretagens tillväxt, lönsamhet och konkurrenskraft och arbetar bland annat för att politiker ska anta en nationell tjänsteforskningsstrategi.

<sup>31</sup> Se rapporten ”Från labb till hubb – forskning om tjänstesamhället”, Almega, 2008.

och medarbetare. Hälften av tjänsteföretagen i en undersökning genomförd av Almega (2008) anger att kunderna är den viktigaste källan till nya idéer, medan medarbetarna kommer strax efter med 35 %<sup>32</sup>. Kunder och medarbetare svarar tillsammans för 85 % av alla idéer till nyutveckling bland tjänsteföretagen.

I linje med detta är det inte heller forskning inom teknik, medicin, eller naturvetenskap som tjänsteföretag främst efterfrågar, utan behovsorienterad tjänsteforskning inom humaniora och samhällsvetenskap. Som Eva-Karin Anderman, ansvarig för forskningsfrågor vid Almega, uttrycker saken:

”Det är ju så att hum/samforskningen är väldigt viktig i tjänsteverksamheter, inklusive de tjänsteverksamheter som finns inom industri och offentlig sektor.”<sup>33</sup>

Tjänsteverksamheter efterfrågar i synnerhet forskning om *kundrelationer och kundinvolvering i affärsprocesserna, tjänstekvalitet, samt arbetsmetoder*. Inom ramen för dessa tre övergripande processer har Almega identifierat fem viktiga forskningsområden, som tjänsteföretagen vill att det satsas strategiskt på och där aktuell forskning bör kartläggas. De fem områdena listas nedan<sup>34</sup>:

1. **Tjänsteinnovationer/tjänsteutveckling** (inrymmer forskning kring organisations/marknadsinnovationer, gränssnitt mot kunder, design och konceptutveckling, innovationsprocesser, branschglidningar, affärsutveckling, kundrelationer, upphovsrätt med mera).
2. **Tjänstemarknaders utveckling** (inrymmer till exempel forskning kring PPP-lösningar, offentliga upphandlingar, skatter, konkurrensutsättningar, nya marknader, entreprenörskap inom välfärdsområdet med mera).
3. **Verksamhetsutveckling** (inrymmer forskning kring kompetens, arbetslivsforskning, organisation, tjänstekvalitet och arbetsmetoder, kvalitetsgarantier, ekonomi, management, organisationsekonomi, med mera).
4. **Den internationella marknaden** (innehåller forskning kring kunskapsutveckling, kunskapsöverföring, konceptförflyttning, kompetensdelning, skalfördelar i tjänsteföretag med mera).
5. **Tjänstesektorn som regional tillväxtskapare** (inrymmer forskning kring entreprenörskap, företagsklimat, klusterbildningar med mera).

Forskning inom dessa områden bedrivs redan i humanistiska och samhällsvetenskapliga forskningsmiljöer, om än inte i samverkan med tjänsteföretagen. Det verkar således finnas goda möjligheter att etablera och utöka samarbeten mellan forskare och företagare. Därutöver är det uppenbart att akademien måste bli bättre på att kommunicera humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning till näringslivet. Forskningen inom dessa vetenskapsområden har potential att spela en större roll i det nationella innovationssystemet än den gör i dagsläget.

<sup>32</sup> Se ”Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?”, Almega, 2008

<sup>33</sup> Mailsvar från Eva-Karin Anderman

<sup>34</sup> Pressmeddelande 2008-10-23, [www.almega.se](http://www.almega.se),

Det är emellertid inte bara tjänsteföretagens innovationer som kan gynnas av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning. Även industriföretagens produktutveckling kan få stöd av humanistiska och samhällsvetenskapliga perspektiv. Detta kan delvis förstås mot bakgrund av att det har blivit allt svårare att dra en tydlig gräns mellan industri- och tjänsteföretag<sup>35</sup>. Tjänsteinnehållet i produkter har ökat över tid, vilket - i kombination med att många svenska företag försöker etablera sig på den globala marknaden - har lett till att även industrins innovationer behöver stöd i form av kunskap som har sitt ursprung i humaniora och samhällsvetenskap.

Såväl Svensk Handels<sup>36</sup> som Teknikföretagens<sup>37</sup> medlemsföretag efterfrågar idag forskning inom humaniora och samhällsvetenskap. Även om denna efterfrågan är större bland Svensk Handels medlemmar<sup>38</sup> finns den således i viss utsträckning även bland teknikföretagen. Detta tydliggörs i Teknikföretagens policy för forskning och innovation: "Forskning och innovation för konkurrenskraft" (2008), som listar förslag på satsningar på FoU-program inom nio "strategiskt viktiga" områden<sup>39</sup>. Ett av dessa områden "Kund- och behovsstyrd produktutveckling" har inte funnits med i Teknikföretagens policy för forskning och innovation tidigare. Anledningen till att detta område finns med nu är att många av de företag som ingår i teknikföretagen – som till exempel Electrolux och Ericsson – har insett att för att kunna utveckla efterfrågade och konkurrenskraftiga produkter på den globala marknaden så måste de lära sig mer om sina konsumenter. Teknikföretagen har identifierat detta forskningsbehov utifrån följande utvecklingstendenser:

- Kraven på utveckling av produkter mot en bredare konsumentmarknad, där snabbhet till marknaden är avgörande kräver en betydande insikt i konsumentbeteende och värderingsstyrning. Även en förfinad affärsmodellering får ökad betydelse.
- En större andel av en kundrelevans består idag av en kombination mellan produkt och tjänst, där värdet ligger i kombinationen. Att optimera detta kräver mera tvärgående forskningsinsatser än de som traditionellt diskuteras.
- De specialiserade leverantörskedjorna med allt fler led av leverantörer kräver en betydande insikt om kundbeteenden även i Business-to-Business.<sup>40</sup>

Dessa utvecklingstendenser pekar på stora utmaningar för politiker och andra aktörer som är involverade i utformningen av näringspolitiken. Vi behöver ett nytt perspektiv och nya begrepp som hjälper oss fånga den uppluckrade gränsen mellan tjänstesektorn och

<sup>35</sup> Se Näringslivets tillstånd, 2008, ITPS, för en utförlig diskussion om detta.

<sup>36</sup> Svensk Handel har ca 13 000 medlemsföretag med sammanlagt 21 000 arbetsplatser, där 275 000 människor är verksamma i olika branscher inom parti- och detaljhandel, se vidare [www.svenskhandel.se](http://www.svenskhandel.se).

<sup>37</sup> Teknikföretagen representerar fler än 3400 teknikföretag som verkar inom många olika områden: telekommunikation, metallindustri, elektronik, industrimaskiner, datateknik, elkraft, instrumentteknik, optik, bilar, transporter och mycket annat. Dessa företag har tillsammans runt 300.000 anställda och hälften av svensk export kommer ifrån denna sektor, se [www.teknikforetagen.se](http://www.teknikforetagen.se).

<sup>38</sup> Om man tittar på de forskningsrapporter som presenteras på Handelns Utredningsinstituts hemsida: [www.hui.se](http://www.hui.se), så tillhör de flesta samhällsvetenskap och humaniora (lite beroende på hur man drar gränsen mellan humaniora och samhällsvetenskap).

<sup>39</sup> Nämligen: Energi, Flyg- och rymdindustrin, Fordonsindustrin, Industriell IT – Automation, Informations- och kommunikationsteknologi, Kund och behovsstyrd produktutveckling, Miljöteknik – Clean Tech, Produktion och Samhällssäkerhet.

<sup>40</sup> Stycket om kund- och behovsstyrd produktutveckling är hämtat från, Teknikföretagens policy för forskning och innovation: "Forskning och innovation för konkurrenskraft", 2008, s.10.

---

industrisektorn. En ökad förståelse av denna förändringsprocess är viktig för att skapa relevans i t.ex. framtida strategiska forskningsinsatser.

Utvecklingstendenserna ovan visar också att den så kallade konsumentdrivna innovationen har blivit allt viktigare. Med konsumentdriven innovation menas innovation som primärt skapas genom samverkan mellan leverantörer, kunder, användare, och kollegor – dvs. sådana innovationer som traditionellt har varit typiska för tjänstesektorn. Denna form av innovation skapas genom djup förståelse för såväl marknader som kundernas nuvarande och potentiella behov och kan stödjas med hjälp av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning, t.ex. inom antropologi och etnologi. I linje med detta arbetar idag etnologer och antropologer på företag som t.ex. Electrolux och Nokia. Och det finns även ett antal konsultbolag, däribland Trendethnography<sup>41</sup>, vars anställda är etnologer/antropologer, som bl.a. arbetar med att stödja företagen i deras innovationsprocesser.

Vad gäller teknikföretag bidrar humaniora och samhällsvetenskap i detta sammanhang bl.a. med kunskap om vilken teknologi konsumenterna har användning för, vad som krävs för att de skall använda den teknologi som finns tillgänglig och hur man designar teknologi som matchar konsumenternas behov. Som exempel kan nämnas Therese Örnberg Berglunds<sup>42</sup> forskning om kommunikation via nya medier.

Örnberg Berglund använder metoder från konversationsanalys för att titta på hur mediering påverkar samtalsstrukturer och kommunikationsmönster. Hon undersöker hur mediernas utformning påverkar möjligheten att föra koherenta samtal i t.ex. online miljöer. Studiens resultat kan vara av intresse för mjukvaru-utvecklare, som kan använda forskningsrönen för att utveckla nya effektiva kommunikationsverktyg. Även andra företag kan dra nytta av forskningen, och då till exempel för att effektivisera kommunikationen på sin arbetsplats. Exempelvis visar Örnberg Berglund på vilken typ av kommunikationsverktyg som är bäst lämpade i förhållande till den uppgift man ska genomföra, och kommer med förslag på hur man med hjälp av teknik som stödjer samtalskoherens kan minska informationsstress.

Kombinationen av forskning inom humaniora/samhällsvetenskap och andra vetenskapsområden kan stärka Sveriges förmåga till att utveckla och uppsöka ny teknologi, använda den kreativt och göra den tillgänglig för nya marknader och nya konsumentgrupper. Detta leder oss osökt in på efterfrågan på humaniora och samhällsvetenskap som en del av mångvetenskapliga forskningsprojekt.

### *2.3 Efterfrågan på mångvetenskaplig forskning*

I dagens samhälle finns ett växande behov av det mångvetenskapliga samarbete som uppstår i mötet mellan å ena sidan humaniora/samhällsvetenskap och, å andra sidan teknik, medicin och naturvetenskap. Det handlar i detta sammanhang om ny forskning inom t.ex. interaktiva digitala medier, språkteknologi, hälsa och miljö<sup>43</sup>. Såväl Sverige som världssamfundet går igenom omfattande förändringsprocesser som kräver kontinuerlig och forskningsbaserad

---

<sup>41</sup> Se [www.trendethnography.com](http://www.trendethnography.com)

<sup>42</sup> Therese Örnberg Berglund är doktorand vid institutionen för moderna språk/engelska vid Umeå universitet.

<sup>43</sup> Se rapporten "Det innovativa humaniora og samfundsvidenskab – Oplæg til en forskningspolitisk handlingsplan, 2005", utgiven av det danska Videnskabsministeriet.

reflektion. En kritisk och upplyst samhällsdebatt kräver att viktiga frågor och konflikter belyses från flera håll. Frågan om omfånget av och orsaken till klimatändringarna kräver till exempel både kunskap om komplexa sammanhang om naturen och sociala system och inte minst sambandet mellan natur och människor.

Ett exempel som kan lyftas fram i detta sammanhang är projektet *Miljöfarliga kemikalier i textilindustrin* vid Södertörns högskola. Kemikalierester i textilier och kemikalierisker i textilers produktion är problemområden som har diskuterats flitigt de senaste åren. Textiliers produktkedjor från råvara till användare är ytterst komplicerade med en mängd olika produktionssteg, underleverantörer, grossister, osv. På grund av denna komplexitet så ställs alla aktörer som hanterar dessa varor inför stora problem i miljöarbetet. Det rör sig om praktiska problem när offentliga och privata organisationer försöker minska miljö-, hälso- och sociala risker såsom svårigheter att få insyn, information och kunskap om risker i olika delar av produktionskedjan. Därtill konfronteras sådana organisationer ständigt av ett trovärdighetsproblem i ljuset av massmediers, sociala rörelser, och miljö- och hälsomedvetna konsumenters bevakningar, kampanjer och påtryckningar.

Projektet *Miljöfarliga kemikalier i textilindustrin* involverar forskare inom samhällsvetenskap och naturvetenskap samt offentliga och privata aktörer som arbetar med att identifiera kunskapsluckor i ämnesområdet och möjligheter till samproduktion av forskning. Aktörerna inom detta fält upplever idag praktiska problem med att identifiera och hantera miljö- och hälsorisker inom området textilier. En viktig utgångspunkt för projektet är att aktörer från en rad olika samhällssfärer: media, forskare, civilsamhället, staten och näringslivet samtliga är kunskapsproducenter inom området, men varje aktörs kunskapsproduktion är partikulär. Att ”tillhöra” en specifik samhällsfär skapar både möjligheter och begränsningar i kunskapsproduktionen. En samproduktion av sådan kunskap både vad gäller samhällsvetenskapliga, naturvetenskapliga och icke akademiska aspekter bedöms kunna ge betydelsefulla synergier.

Humaniora och samhällsvetenskap är även betydande bidragsgivare till mångvetenskaplig forskning inom fält som t.ex. etik som grund för att lösa krav på demokratiseringsprocesser, konfliktlösning, miljö, bio- och nanoteknologi. Inom kulturbaserad näringsverksamhet har delar av konst och kulturämnen överlappande problemställningar med samhällsvetenskaplig forskning och filosofer i färd med att etablera samarbete med rättspsykiater, neurologer och kriminologer om moralfilosofiska problemställningar som följer av utvecklingen inom hjärnforskning<sup>44</sup>. Slutligen samarbetar ämnesmiljöerna inom musikterapi, litteraturvetenskap, idéhistoria och turism med olika ämnen inom hälsovård inom ramen för ett nytt mer omfattande hälsobegrepp.

Samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning kan på många sätt bidra till en ökad förståelse för sjukdomar. Ett exempel är projektet *Sjukdomar då och nu* vid Högskolan på Gotland, som är finansierat av KK-stiftelsen. Det huvudsakliga utvecklingsområdet för projektet är inom arkeologi, osteologi och medicin. Det rör sig sålunda om ett mångvetenskapligt projekt där traditionella humanistiska discipliner som arkeologi och osteologi söker en samverkan inom det medicinska näringslivet. Genom den senaste forskningen inom området biomolekylär arkeologi framgår det mer klart att kunskap om

<sup>44</sup> Se rapporten ”Nasjonal strategi for humanistisk forskning”, utgiven av Norska forskningsrådet, 2008.



förhistoriska skelett har en stor potential för den medicinska forskningen. Bland annat har arkeologiska skelettmaterial en mycket stor potential inom forskningen arv och miljö.

Näringslivet är i detta projekt representerade av läkemedels-, röntgen- och medicintekniska företag, Pfizer, Sectra, Sandvik och Electrolux. Ett samarbete mellan institutionerna skapar ett brett kontaktnät med olika kompetenser vilket syftar till att resultera i en fördjupning i utbildningsnivån hos studenter. Aktörernas olika kunskaper kompletterar varandra och kommer att ge stora möjligheter till att kunna bättre diagnostisera analysresultaten hos ett osteologiskt skelettmaterial. Detta ger den moderna medicinska forskningen en kunskap om förhistoriska populationers epidemiologi, och etiologi något som tillsammans med en kunskap om levnadsförhållanden och kosthållning är av stor betydelse för att tolka många av dagens välfärdssjukdomar.

I stället för att se humaniora och samhällsvetenskap som ett tillägg till forskningsområden som teknologi, naturvetenskap och medicin bör frågorna som undersöks i humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning ses som sammanvävda med problemområdena inom andra forskningsfält. Forskningsmässigt nyskapande är inte sällan ett resultat av mångvetenskaplig samverkan. När en sådan samverkan inte etableras så riskerar samhället att gå miste om viktiga bidrag från – i det här fallet – humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning till kunskapsutveckling och värdeskapande<sup>45</sup>.

## *2.4 De kreativa näringarna och upplevelseindustrin efterfrågar hum/sam forskning*

Bortsett från att företag i alla branscher efterfrågar humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning, så är behovet av forskningsrön från dessa vetenskapsområden – naturligt nog – extra tydligt inom de kreativa näringarna och upplevelseindustrin.

Under de senaste åren har områden som film, design, medier, kultur, turism, interaktiva digitala medier, musik, events etc. kommit att bli en allt viktigare del av svensk ekonomi. Denna utveckling är i hög grad kopplad till kunskap och utbildning på de humanistiska och samhällsvetenskapliga områdena. Det gäller exempelvis ett område som datorspel där forskningen kan hjälpa företagen till en bättre förståelse av barns och ungdomars kultur och lärande, samt med kunskap om hur man designar spel som matchar barns och vuxnas behov<sup>46</sup>.

Det danska projektet Body Games kan lyftas fram som ett exempel. I detta projekt har en grupp forskare från Syddanska universitetet och Dansk Pædagogisk Universitet samarbetat med leksaksföretaget Kompan A/S för att utveckla framtidens interaktiva lekplats för barn. Syftet med Body Games är att föra över de motiverande elementen från datorspel till nya typer av lekredskap, som främjar fysisk aktivitet via nya former för lek. I projektet samverkar forskare inom pedagogik och teknikområdet tillsammans med företag<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> Ibid.

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> Se Fremerey, L., 2005, "Danmarks Erhvervsforskningsbarometer, 2005" Danmarks Erhvervsforsknings Akademi.

Ytterliggare ett exempel på hur humaniora/samhällsvetenskap kan bidra till de kreativa näringarna och upplevelseindustrin är Magnus Hellqvists forskning. Hellqvist är forskare i bl.a. arkeologi vid Högskolan Dalarna, och driver projektet ”Falun above from Falun under” som syftar till att öka kunskapen om den tidiga utvecklingen av Falu koppargruva med omnejd. En ökad kunskap om detta är intressant för turistindustrin och har även ett pedagogiskt värde. Stiftelsen Stora Kopparberget är engagerad i projektet som dessutom är finansierat av KK-stiftelsen.

## 2.5 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan konstateras att kunskap som har sitt ursprung i humaniora och/eller samhällsvetenskap inte enbart efterfrågas av de kreativa näringarna och upplevelseindustrin utan av företag i alla branscher. Dels kan forskning inom ekonomi, ledarskap, organisation, marknad, kommunikation och kultur bidra till alla typer av verksamheters effektivitet. Dels kan forskning om kundrelationer och kundinvolvering i affärsprocesserna, tjänstekvalitet, samt arbetsmetoder stödja – i synnerhet tjänsteföretagens – innovationsprocesser. Slutligen kan det finnas ett behov av humanistiska och samhällsvetenskapliga perspektiv även i forskning inom teknik, hälsa och miljö. Mångvetenskapliga ansatser kan leda till mer samhällsrelevanta och användbara forskningsresultat.

Mot denna bakgrund blir frågan om Sverige enbart ska satsa strategiskt på forskning inom teknik, medicin och naturvetenskap irrelevant. Frågan bör inte formuleras i termer av ”antingen eller” utan i termer av ”både och”. Eftersom forskning inom humaniora och samhällsvetenskap inte bara är viktiga inslag i mångvetenskapliga satsningar eller för vissa mindre sektorer utan har potential att bidra till innovation och tillväxt i alla branscher så bör det satsas på många kunskapsområden.

Därutöver kan företag – såväl de som önskar få större framgång i det mångkulturella Sverige som de som önskar etablera sig globalt - gynnas av kunskap om språk, religion, kultur och historia. Den forskning som ligger till grund för sådan kunskap tar ofta lång tid att bygga upp och kräver en hög grad av specialisering. Samtidigt går kulturella förändringsprocesser snabbare än tidigare. För att kunna möta dessa samhällsförändringar kommer vi vara beroende av en bred humanistisk och samhällsvetenskaplig kunskapsbas.

Efter att ha konstaterats att det finns en stor efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i näringslivet ska vi nu gå vidare med att undersöka hur forskningsrön som har sitt ursprung inom dessa vetenskapsområden nyttiggörs av företag.

## 3. Företags nyttiggörande av hum/sam forskning

I Globaliseringsrådets rapport<sup>48</sup> *Innovationssystem, globalisering och ekonomisk tillväxt* står bl.a. att det under senare år vuxit fram en ”bredare teoretisk förståelse av akademins samarbete med kommersiella företag. För de privata företagen består en stor del – sannolikt den största delen – av nyttan av samarbete med universiteten av indirekta och svårsmätbara

---

<sup>48</sup> Lööf, H., 2008, *Innovationssystem, globalisering och ekonomisk tillväxt*. Underlagsrapport nr 6 till Globaliseringsrådet.

processer”. Att döma av den rådande forskningsstrukturen verkar emellertid inte denna bredare teoretiska förståelse ha fått något större genomslag. Den linjära modellen, enligt vilken forskning leder till resultat, som används och leder till tillväxt, tycks medvetet eller omedvetet fortsätta att vara utgångspunkten för många diskussioner och förslag<sup>49</sup>.

De begrepp – som t.ex. samverkan – som används i diskussioner om företags nyttiggörande av forskning kan också bidra till otydlighet. Såväl politiker, myndigheter som delar av akademien verkar utgå från att samverkan mellan akademi och näringsliv ska leda till nytta i termer av tillväxt. Samtidigt finns det studier som visar att det är oklart om begreppet verkligen speglar och förstärker de sätt som företag och akademi interagerar, liksom hur företagens nytta av denna interaktion förväntas uppstå<sup>50</sup>. Samverkansbegreppet inbegriper vanligen till forskningsprojekt som utförs av företagare och forskare gemensamt, kommersialisering av forskningsresultat, eller samverkan i byråkratiskt framplanerade klustersatsningar och innovationssystem. Fokus ligger projekt, där företagare och forskare träffas ansikte mot ansikte. Men sådana interaktionsformer fångar inte nödvändigtvis de processer genom vilka företagen själva upplever att de tar tillvara forskning.

Det finns studier som pekar på att det, från näringslivets perspektiv, kan vara lika mycket samverkan om man som företagare anställer akademiker som bär med sig idéer från forskning in i företaget, eller läser forskningsrapporter som man själv har hämtat från webben – utan direkt kontakt med akademien<sup>51</sup>. Mot denna bakgrund har begreppet ”interaktion”<sup>52</sup> lyfts fram som ett alternativ till begreppet ”samverkan”. Vi kommer här att använda dessa begrepp synonymt och antar därmed en vid definition av samverkan.

Kapitlet inleds med en redogörelse av de många interaktionsformerna mellan akademi och näringsliv, liksom vilka former som är mer eller mindre vanliga. Sedan följer en beskrivning av hur vanligare interaktionsformer kan öppna upp för mer djupgående former av samverkan. Därefter diskuteras den rådande forskningspolitiken som premierar nyttiggörandet av forskning inom teknik, medicin och naturvetenskap, framför forskning inom humaniora och samhällsvetenskap. Slutligen presenteras ett antal forskningsstiftelsers och myndigheters arbete med behovsmotiverad forskning inom humaniora och samhällsvetenskap.

### *3.1 Interaktionsformerna mellan akademi och näringsliv är många och komplexa*

I en studie från Svenskt Näringsliv<sup>53</sup> som handlar om gasellföretags – dvs. företag i stark tillväxt – nytta av universitet och högskolor, identifieras åtta interaktionsformer mellan akademi och gasellföretag som mer vanligt förekommande. Dessa interaktionsformer beskriver *hur* företag tar till sig forskning generellt – från alla vetenskapsområden.

<sup>49</sup> För en mer utförlig diskussion om detta se till exempel Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv.

<sup>50</sup> Vilket belyses i Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv.

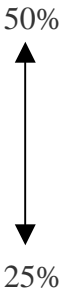
<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv.

Viktigt att notera är att dessa resultat således inte specifikt berör hur forskning inom just humaniora och samhällsvetenskap nyttiggörs av näringslivet. Tidigare studier ur företagets perspektiv har undersökt interaktionsformer utan att specificera vetenskapsområden. Samtidigt som det är viktigt att få reda på de processer genom vilka forskning inom just humaniora och samhällsvetenskap nyttiggörs av näringslivet, finns det också något att lära från dessa studier, som behandlar all slags forskning i en och samma kategori. Vi får en allmän överblick över hur idéer från akademien kommer in i och nyttiggörs av företag.

Gasellföretagens interaktionsformer med akademien lyfts fram här just därför att de präglas av tillväxt. Det säger sig självt att man bör fokusera de företag som växer om man vill undersöka hur forskning bidrar till tillväxt i näringslivet. Listan över gasellföretagens vanligaste interaktionsformer med akademien presenteras nedan:

- |   |  |
|---|--|
| 1. Att ha akademiker anställda.   |  |
| 2. Att ta till sig forskningsresultat själv.  |  |
| 3. Att ta emot praktikanter från universitet och högskolor.                               |  |
| 4. Att ha eller ha haft exjobbare från universitet och högskolor.                         |  |
| 5. Att delta i konferenser där forskningsresultat presenteras.                            |  |
| 6. Att sälja någon produkt eller tjänst som tagits fram i forskningsmiljö.                |  |
| 7. Att delta i nätverk med universitetslärare/forskare.                                   |  |
| 8. Att ha köpt eller sålt konsulttjänst av/till universitet och högskolor <sup>54</sup> . |  |

Gasellföretagens interaktionsformer är rangordnade med den mest förekommande först. Pilen till höger visar spridningen av förekomst i procent. Förutom att gasellernas vanligaste interaktionsform består i att man anställer akademiker så är det också en relativt stor grupp (50% av företagen) som tillgodogör sig forskningsresultat utan direkt kontakt med akademien. Relativt vanligt förekommande är också att företagen tar emot praktikanter (40%) och studenter som gör sina examensarbeten (38%) från universitet och högskolor. Ungefär en tredjedel (35%) uppfattar sig ha produkter eller tjänster som utvecklats i universitets- eller högskolemiljö. Något färre uppger att de deltar på konferenser och i olika former av nätverk med forskare och universitetslärare. Runt en fjärdedel av företagen uppger att de köpt konsulttjänster av, eller sålt konsulttjänster till universitet eller högskolor<sup>55</sup>.

Förekomsten av dessa interaktionsformer gäller för gasellföretag i olika branscher, men de stödjer också de resultat som Vetenskap och Allmänhet (VA) presenterar i en studie<sup>56</sup> där företagen förvisso tillhör olika branscher, men inte har valts ut på basis av tillväxttakt. ”Att ha akademiker anställda” finns inte som svarsalternativ i VAs studie, men det gör däremot olika – mer specificerade – former av ”Att ta till sig forskningsresultat själv”, utan stöd av akademien. Och det visar sig att liksom i studien av gasellföretagen, så är det just dessa interaktionsformer – som äger rum utan direkt inblandning från akademien – som utgör de mest vanliga processerna genom vilka företag tar till sig forskningsrön<sup>57</sup>.

<sup>54</sup> Ibid, sid. 14.

<sup>55</sup> Ibid.

<sup>56</sup> Hermansson, K. ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008.

<sup>57</sup> Ibid.

Av de företag som, i VAs studie, under det innevarande året hade tagit till sig forskningsrön som skulle kunna komma till nytta för verksamheten hade 33% tillägnat sig denna kunskap genom att läsa en forskningsartikel<sup>58</sup>, delta vid en vetenskaplig konferens eller liknande; 32% hade tagit till sig forskningsrönen genom information från en branschorganisation och 30% hade läst eller hört om forskningsrönen i massmedia<sup>59</sup>.

Svenskt Näringslivs studie av gasellföretagen listar även 11 mer ovanliga former av interaktion mellan akademi och företag. Bland de gaseller som ingick i studien uppgav färre än 20% att de hade någon erfarenhet av följande interaktionsformer:

1. Att ha licensierat universitetspatent.
2. Att ha genomfört tester och standardiseringar.
3. Att ha kommersialiserat forskningsresultat.
4. Haft industridoktorander/verkat som adjungerad professor.
5. Författat publikationer tillsammans med universitet och högskola.
6. Att ha indirekta affärsintressen i universitet och högskola.
7. Att ha köpt uppdragsutbildning<sup>60</sup> från universitet och högskola.
8. Att ha affärsintressen i universitet och högskola.
9. Att ha andra informella kontakter.
10. Att ha genomfört forskningsprojekt med universitet och högskola.
11. Att ha forskarutbildade anställda.<sup>61</sup>



Interaktionsformerna är rangordnade med de minst förekommande först. Pilen till höger visar spridningen som förekomst i procent.

Värt att anmärka här är att gasellföretagen sällan verkar licensiera universitetspatent, kommersialisera forskningsresultat, ha industridoktorander, eller att någon på företaget har verkat som adjungerad professor. Samtidigt är samtliga dessa former vanligt förekommande i samverkansdebatten, där de ofta lyfts fram som några av de viktigaste formerna för näringslivets nyttiggörande av forskning. Och även som viktiga indikatorer på samverkan<sup>62</sup>.

Liksom när de gällde de mer vanligt förekommande interaktionsformerna mellan akademi och näringsliv stödjer Svenskt Näringsliv studie av gasellföretagen de resultat som presenteras i

<sup>58</sup> En möjlig kanal genom vilken företag kan inhämta forskningsrön inom samhällsvetenskap, och i viss mån även humaniora, utan direktkontakt med akademien skulle kunna vara Handelsns Utredningsinstitut (HUI) som ägs av Svensk Handel AB. Forskningen vid HUI fokuserar på handels strukturomvandling och vad som kännetecknar framtidens kunder. Forskningen har nära kopplingar till flera högskolor och universitet. HUI har även ett växande nätverk av associerade forskare som arbetar med frågor av intresse och betydelse för detalj- och partihandeln. Samtliga HUI:s forskare och utredare har en gedigen akademisk bakgrund och arbetslivserfarenhet. De flesta är samhällsvetare – de har en utbildning med en samhällsekonomisk eller företagsekonomisk inriktning. Flera har doktorsexamen eller licentiatexamen och övriga har magister- eller kandidatexamen. På HUI:s hemsida ([www.hui.se](http://www.hui.se)) finns ett stort antal forskningsrapporter tillgängliga – om än svåröverblickbara – som är relevanta för såväl handelsföretag som andra intressenter.

<sup>59</sup> Ibid.

<sup>60</sup> Och eller kompetensutveckling.

<sup>61</sup> Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv, sid. 15.

<sup>62</sup> Se till exempel indikatorerna som föreslås i Vetenskap och allmänhets rapport, 2007, Att mäta samverkan – förslag till indikatorer vid resurstilldelning och akademisk meritvärdering.

Vetenskap och Allmänhets (VA) rapport – i de fall där det är möjligt att jämföra svarsalternativ. Till exempel svarar 16% av de tillfrågade företagsledarna i VAs rapport att de tagit till sig de nya forskningsrönen genom direktkontakt med forskare inom området, 13% har gjort det på ett ”annat sätt”, 12% har gjort det genom ett etablerat samarbete som de har med forskare, medan 8% har fått forskningsrönen förmedlade till sig av medarbetare och 5% av kunder<sup>63</sup>.

Utöver de interaktionsformer som presenteras ovan finns antagligen en rad andra processer genom vilka företag kommer i kontakt med och nyttiggör forskning. Till exempel är det inte helt ovanligt att forskare deltar i styrelsearbete i näringslivet. Ett exempel som kan lyftas fram i detta sammanhang är Christer Norström, antropolog och forskare vid Stockholms universitet, som engagerades av Neron Hälso- och Sjukvårdsutveckling AB<sup>64</sup> i november 2006. Neron engagerade Norström när företaget ville bli en aktiv aktör inom psykiatrin i Sverige. Norström blev medlem i en projektgrupp med uppgiften att skapa en affärsidé om ett potentiellt psykiatriföretag. Nerons styrelse godkände projektgruppens förslag 2007, och företaget Adego startade samma år. Idag har Christer Norströms arbete inom Adego vidgats och utöver sitt arbete som forskare vid Stockholms universitet arbetar han med Adegos företagsutveckling, värdegrund, organisationsanalys och utvärderingar.

Norströms professionella bakgrund som forskare inom socialantropologi blev intressant i detta sammanhang av flera orsaker. Dels ville Neron ha in synpunkter och idéer utifrån, alltså kunskap som inte var medicinsk i sin grund. Nerons ledning har insett att ska man skapa ett varumärke som skiljer sig åt från andra på sjukvårdsmarknaden, måste man profilera sig – i det här fallet med hjälp av antropologisk kunskap. Antropologi är en vetenskap som bygger på en slags holistisk idé där man är bra på att se de större sammanhangen. Vad gäller frågor om organisation och företag kan således ett antropologiskt perspektiv uppmärksamma hur saker och ting påverkas av strukturer och samhällsliga sammanhang, såväl som djupliggande idéer i samhället. Detta är viktigt inom sjukvården i och med den ökade privatiseringen. Här ingår strukturer som makt, genus, religion, etnicitet, etc.

Som socialantropolog kan Norström även synliggöra den problematik som kan uppstå när en entreprenörskultur möter en vårdfilosofi, och även mötet mellan profession (vården) och vardagen (patienten). Socialantropologer är också bra på att lyfta fram problematiken inom sjukvården vad gäller människor med invandrarbakgrund och hela flyktingproblematiken, inte minst inom psykiatrin<sup>65</sup>.

Sammanfattningsvis kan konstateras att interaktionsformerna genom vilka forskningsrön tas tillvara av näringslivet är många och komplexa. De vanligaste processerna där nyttiggörandet av forskning äger rum och som företagen verkar föredra får, till skillnad från de mer sällsynta, djupare samverkansprojekten inget direkt forskningspolitiskt stöd. Detta trots att det är oklart om de djupare och för företagen mer kostsamma formerna för samverkan bidrar mer till företagets tillväxt än de enklare formerna. I regeringens forsknings- och innovationsproposition som släpptes i oktober 2008 involverar regeringen näringslivet direkt i

<sup>63</sup> Hermansson, K. ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008.

<sup>64</sup> Neron är ett företag med lång erfarenhet inom verksamhetsinriktningarna; Primärvård, Specialistvård, Psykiatri och Företagshälsovård.

<sup>65</sup> Exemplet bygger på ett mailsvar från Christer Norström, 2008-09-04.

---

de strategiska satsningarna, bl.a. genom att koppla dessa till medfinansiering från företag. Enligt Svenskt Näringsliv är detta bra:

”Propositionen bidrar till att akademi och näringsliv krockar arm genom att universiteten redan i sina ansökningar till de strategiska programmen bör visa att de samarbetar. Det är viktigt att näringslivet inte stängs ute från viktiga forskningsområden. Att företagen kommer in från start i forskningsprojekt är avgörande för att forskningsresultaten ska kunna leda till kommersiella produkter och tjänster” säger Maria Anvret, rådgivare i forskningspolitiska frågor hos Svenskt Näringsliv<sup>66</sup>.

Man kan emellertid diskutera fördelarna med detta upplägg. En sak är tydlig i propositionen och det är att den inte är utformad med utgångspunkt i hur lejonparten av företag faktiskt tar tillvara forskningsresultat. I jakten på externa medel kan forskares incitament att göra sina forskningsrön lättillgängliga och kostnadsfria för företag på en webbsida minska. Därmed minskar också chansen att forskningen kommer att nyttiggöras – många företag drar sig fortfarande för att ingå i mer resurskrävande samverkansformer med universitet och högskolor. Kanske hade det varit bättre om regeringen också hade uppmanat till stöd för de mindre resurskrävande interaktionsformerna mellan akademien och näringslivet, som företagen föredrar att använda sig av.

### 3.2 Vanligare interaktionsformer möjliggör mer djupgående samverkan

De åtta mer vanliga interaktionsformerna som har listats ovan, kan fungera som en slags ingång till de elva djupare och mer sällsynta interaktionsformerna<sup>67</sup>. Att ta emot praktikanter, uppsatsskrivare och att anställa akademiker är de vanligaste interaktionsformer som företag har med universitet och högskolor<sup>68</sup>. Ett område där kopplingen mellan forskning inom humaniora och samhällsvetenskap och näringslivet har varit särskilt tydlig är således utbildningen av studenter inom dessa vetenskapsområden.

Som ett led i Bologna-processens krav på anställningsbarhet har det under senare år blivit allt mer vanligt att även studenter inom humaniora och samhällsvetenskap bedriver – eller kommer att bedriva – fältförelagda studier, uppsatsarbeten, eller kvalificerad praktik i företag under studietiden. Därmed kommer personer med en humanistisk eller samhällsvetenskaplig utbildning öppna dörrarna till en lång rad företag, som i sin tur får tillgång till efterfrågade kompetenser och resursstarka medarbetare, som möjliggör att de kan hävda sig på en globaliserad marknad. Personer med en högskoleutbildning bär med sig idéer från forskningen in i företagen, där de sedan kan omsättas i förbättrade processer och produkter.

Det har även visat sig att företag med högskoleutbildade medarbetare i högre utsträckning än andra tar till sig och nyttiggör forskningsrön<sup>69</sup>. Högskoleutbildade anställda har kunskap om

---

<sup>66</sup> www.svensktnaringsliv.se, 2008-10-25.

<sup>67</sup> Se till exempel Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv.

<sup>68</sup> Se Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv och Heldén Filipsson, L. H., Linder, S., 2001, Kunskap i samverkan – mötet mellan högskola och småföretag, Företagarnas Riksorganisation.

<sup>69</sup> Se: Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv, Filipsson, L. H., Linder, S., 2001,

vad universitet och högskolor kan erbjuda och de är bekanta med det ”språk” och den kultur som präglar akademin. De kan därmed fungera som brobyggare mellan forskning och näringsliv och representerar en möjlighet som universitet och högskolor bör ta tillvara genom att utveckla alumnverksamheten.

Det kan exempelvis tänkas att ett företag vars medarbetare fortfarande interagerar med sitt tidigare lärosäte kan vara mer villigt att genomföra ett forskningsprojekt tillsammans med detta lärosäte<sup>70</sup>. På ett liknande sätt skulle det kunna vara så att ett företag som tar emot studenter för praktik och examensarbeten från en viss högskola/universitet, på sikt är öppen för att fördjupa relationen med denna högskola/detta universitet. Med det långsiktiga målet att etablera en mer djupgående samverkan med företag kan det således vara såväl fruktbart som nödvändigt för samhällsvetenskaperna och i synnerhet humaniora, vars företagsnytta fortfarande är relativt okänd inom näringslivet, att öppna dörrar med hjälp av studenter och alumner.

Utan att förneka nyttan av vanligare interaktionsformer mellan akademi och näringsliv, skulle djupare former av interaktion, som gemensamma forskningsprojekt, över tid kunna tänkas leda till större vinster för såväl företag som högskolan/universitetet. Ett tätt samarbete mellan forskare inom humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet kan vara avgörande för att företagen ska kunna utnyttja forskningsrön när de utvecklar nya produkter, processer och tjänster. Samtidigt bidrar näringslivet såväl med empiri som med kunskap inom de fält där humanistiska och samhällsvetenskapliga forskare är verksamma. Det finns skäl att anta att forskningen skulle bli mer relevant för näringslivet och spridas mer effektivt om den, i större utsträckning än i dagsläget, ägde rum i samverkan med företag.

Här finns det emellertid en studie som visar att, i jämförelse med forskare inom andra vetenskapsområden, så är det betydligt mindre vanligt att samhällsvetare och, i ännu lägre utsträckning, humanister är involverade i sådana samverkansprojekt<sup>71</sup>. Samtidigt visar studien att attityderna till samverkan inte skiljer sig nämnvärt åt mellan forskare inom olika vetenskapsområden. Humanister och samhällsvetare är med andra ord lika positiva till samverkan som andra<sup>72</sup> vilket skulle kunna tolkas som en möjlighet att utveckla interaktionen mellan dem och näringslivet.

### *3.3 Den rådande forskningspolitiken missgynnar hum/sam forskning*

Att humanister och samhällsvetare ingår i forskningssamverkansprojekt i lägre utsträckning än forskare inom andra vetenskapsområden kan nog delvis förstås som en följd av vårt nationella innovationssystem som i hög grad fokuserat på teknik, medicin och naturvetenskap och är resursallokerat gentemot industrisektorn. Rådande politiska satsningar premierar med

---

Kunskap i samverkan – mötet mellan högskola och småföretag, Företagarnas Riksorganisation och ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008.

<sup>70</sup> Ibid.

<sup>71</sup> Wahlbin, C. och Wigren, C., 2007, Samverkan i det akademiska vardagslivet, Nutek.

<sup>72</sup> Detta ska emellertid sägas med reservation för att den refererade studien har undersökt attityder till samverkan i vid bemärkelse. Resultaten gäller attityder till samverkan som omfattar interaktion med såväl offentliga som privata organisationer och aktörer som syftar till utveckling av demokrati, utbildning och kunskapsutveckling och tillväxt. I en framtida studie skulle det vara intressant att undersöka humanisters och samhällsvetares attityder till samverkan med näringslivet som syftar till tillväxt, isolerat från andra variabler.



---

andra ord behovsmotiverad forskning och samverkan inom teknik, naturvetenskap och medicin, framför forskning inom humaniora och samhällsvetenskap.

Detta har i hög grad missgynnat tjänsteföretagen, vilket tydliggörs i två studier från Almega<sup>73</sup>. När det gäller hur forskning bidrar till tjänsteföretagens innovationsprocesser, svarar över femtio procent av företagen att de aldrig har tagit del av tjänsteforskningen och endast fem procent säger sig ha haft stor nytta av tjänsteforskningens resultat. Två potentiella förklaringar till detta, som förs fram i rapporterna, är att många tjänsteföretag har ytterst begränsade erfarenheter av forskningskontakter och har svårt att hitta den forskning som skulle kunna vara relevant för dem, samt att de upplever att forskningen inte är anpassad efter deras specifika behov (utan snarare efter industrisektorns behov).

Politiska satsningar på forskning sker således fortfarande utifrån en forskningsstruktur som inte är anpassad för tjänstesamhället. Eva-Karin Anderman vid Almega berättar att: ”Vi arbetar mycket med dessa frågor gentemot alla beslutsfattare och det är en långsam process eftersom större delen av forskningsstrukturen handlar om teknik, miljö osv”(ibid.). Detta trots att tjänstesektorn idag sysselsätter 80 procent av arbetskraften och ständigt växer, medan industrin sysselsätter allt färre människor. Almega argumenterar att, i förhållande till tjänstesektorns storlek, så är satsningar på behovsmotiverad tjänsteforskning mindre än de borde vara för att tillföra tillräckliga förändringar och innovationskraft<sup>74</sup>.

Detta framgår också tydligt av de statliga Industriforskningsinstituterna som just omorganiserats från cirka 20 stycken till fyra inom områdena fiber, papper och förpackning, material- och verkstadsteknik, informations- och kommunikationsteknik samt polyteknisk FoU och provning. Bilden ser likadan ut vad gäller KK-stiftelsens 21 företagsforskarskolor som i samarbete mellan företag och högskolor bedriver tvärvetenskaplig utbildning på doktorsnivå baserad på problemställningar i näringslivet. Samtliga 21 företagsforskarskolor finns inom det teknisk-naturvetenskapliga området, till exempel berg- och materialteknik, bioteknik, kemi, materialteknik, optik, skogsgenetik och ytkemi. Ingen av företagsforskarskolorna har således något direkt att göra med tjänsteföretag och deras utvecklingsproblem, som skulle göra det aktuellt med företagsforskarskolor och industridoktorander inom humaniora och samhällsvetenskap.

Den humanistiska fakulteten vid Umeå universitet har emellertid tagit saken i egna händer och arbetat för att humaniora skall ingå som en del av Umeå universitets företagsforskarskola. Representanter för fakulteten har kartlagt de företag i regionen som skulle kunna vara intresserade av humanistiska frågeställningar och kontaktat dessa. Denna process befinner sig emellertid i sin linda. Än så länge har man främst skapat ett intresse hos företagen och öppnat upp portarna för studenter som är intresserade av att studera företag i samband med deras examensarbeten.

Sammantaget så kan man konstatera att det inte finns samma institutionella stödstruktur för samverkan mellan humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet, som det finns inom områdena teknik, medicin och naturvetenskap. Därutöver så finns det inte heller någon

---

<sup>73</sup> Se rapporterna ”Från labb till hubb – forskning om tjänstesamhället”, Almega, 2008. och Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?”, Almega, 2008.

<sup>74</sup> Ibid.

heltäckande kartläggning över avslutade och pågående samverkansprojekt mellan humaniora/samhällsvetenskap och företag. Samtidigt går det att skönja en del tecken på att intresset för att skapa förutsättningar för samverkan mellan dessa två vetenskapsområden och näringslivet finns bland forskningsfinansiärer, vilket skall diskuteras i följande avsnitt.

### *3.4 Forskningsstiftelsers och myndigheters arbete med nyttiggörandet av hum/sam forskning*

Idén att forskning skall bedrivas i samverkan med näringslivet och andra organisationer i samhället är inte typisk svensk. Begrepp som ”co-creation”, ”co-production” och ”co-development” i samband med forskning diskuteras i många länder och har fått forskare som Gibbons och kollegor (1994)<sup>75</sup> att tala om att vi går mot en utveckling från ”mode 1 science” som syftar på den fria och sanningssökande forskningen till ”mode 2 science” som syftar på den nya kunskapsproduktionen som bedrivs både vid och utanför universiteten och under skiftande former. Ett viktigt särdrag för den traditionella forskningen, ”mode 1” är att den bedöms av forskarsamhället, medan ”mode 2” kunskapen bedöms av alla berörda parter, som ställer krav på att forskningen skall vara relevant för dem. En metod som har använts av vissa forskningsfinansiärer för att säkra denna relevans är att kräva att forskning ska bedrivas i samverkan med företag och andra organisationer i samhället.

Under 1990-talet bildades nya forskningsstiftelser, som bland annat syftade till att utveckla samverkan mellan universitet/högskolor och näringslivet. Till de viktigaste hör Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling (KK-stiftelsen) och Stiftelsen för miljöstrategisk forskning (Mistra). Även myndigheterna Näringslivs- och teknikutvecklingsverket (Nutek) och Vinnova stödjer behovsmotiverad forskning. Idag verkar dessa brobyggare mellan akademi och näringsliv för att forskning nyttiggörs av företag. Vanligtvis kräver dessa finansiärer någon grad av medfinansiering av näringslivet och att forskningsprojekten ska visa på ”relevans”. Med andra ord så ställs det krav på att den forskning som finansieras av t.ex. forskningsstiftelserna ska kunna nyttiggöras av bl.a. näringslivet. Därmed blir dessa forskningsfinansiärs satsningar på forskning inom humaniora och samhällsvetenskap intressanta att undersöka för föreliggande studies syfte. Hur arbetar de för att humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning ska nyttiggöras av näringslivet? Denna fråga kommer att diskuteras i texten nedan.

#### **Näringslivs- och teknikutvecklingsverket (Nutek)**

Under 1998-2002 drev Nutek, tillsammans med bl.a. KK-stiftelsen, ett program för att utveckla samverkan mellan 19 yngre högskolor och små och medelstora företag. Medan KK-stiftelsen fortfarande är aktiv på området och finansierar samverkan mellan de yngre högskolorna och näringslivet, så har Nutek idag färre sådana uppgifter<sup>76</sup>. Idag fokuserar Nutek istället på akademiskt entreprenörskap och är därutöver bl.a. nationell kontaktpunkt för programmen: ”Forskning till förmån för små och medelstora företag” och ”Kunskapsregioner” som tillhör EU:s sjunde ramprogram.

<sup>75</sup> Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P., & Trow, M (1994). The new production of knowledge. London: Sage.

<sup>76</sup> Sedan Vinnova bildades 2001.

Dessa båda program har hittills dominerats av forskning inom teknik, berättar Lars Ilmoni<sup>77</sup> vid Nutek. Detta trots att programmen inte är stängda för forskning inom humaniora och samhällsvetenskap. En möjlig förklaring till varför denna typ av forskning inte har varit karaktäristisk för programmen skulle kunna vara att såväl forskningsfinansiärer, som många forskare tar för givet att forskning som har med innovation och tillväxt att göra bedrivs inom områdena teknik, naturvetenskap eller medicin. Samtidigt uttryckte Lars Ilmoni, under vårt samtal, ett intresse för att diskutera kring hur forskning inom humaniora och samhällsvetenskap skulle kunna integreras i programmen.

Utöver Nuteks stöd till forskning om entreprenörskap, som berör såväl samhällsvetenskap som humaniora, så har myndigheten publicerat ett antal rapporter de senaste åren på temat om innovationer i tjänsteföretag, tjänsteinnovationer och nya marknader. Dessa rapporter banar vägen för en ny förståelse för vad innovationer är, och vilken slags forskning (läs forskning inom humaniora och samhällsvetenskap), som kan stärka sådana processer. Bland annat finns en skrift med titeln "De nya affärsinnovationerna" författad av Ulf Berggren, Tommy Bergkvist och Ulrika Hedby på Strategic Management Institute<sup>78</sup>. Därutöver kan nämnas Ulf Berggrens och Tommy Bergkvists rapport "Invadörerna" från 2006, som beskriver dessa aktörers framgångsrika utveckling i en rad olika branscher, genom bland annat invadörernas innovationer, vilka skiljer sig från den traditionella synen på innovationer som framdrivna av en ny teknik. Sammanfattningsvis bidrar Nutek – bl.a. genom att stötta forskning om entreprenörskap och publicera rapporter, som öppnar upp för en ny förståelse för innovation – till att belysa vikten av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning för tillväxt i näringslivet.

## Vinnova

Vinnova är en statlig myndighet med en årsbudget på cirka två miljarder kronor, som ska bidra till att höja tillväxten och välbefindandet i hela landet. Vinnovas speciella ansvarsområde är innovationer kopplade till forskning och utveckling – det vill säga nyskapande, framgångsrika produkter, tjänster eller processer med vetenskaplig bas. Organisationens uppgifter är att finansiera den behovsmotiverade forskning som ett konkurrenskraftigt näringsliv och ett välmående samhälle behöver, samt att stärka de nätverk som är nödvändiga kring det arbetet.

Vinnovas verksamhet är främst inriktad mot aktörer inom naturvetenskap, teknik och medicin, däribland lärosäten med motsvarande vetenskapsområden. I linje med detta bjöds lärosäten, med forskning inom vetenskapsområdena teknik, naturvetenskap och/eller medicin/farmaci, år 2006 in att söka till Vinnovas Nyckelaktörsprogram som syftar till att stärka högskolans roll som motor för förnyelse och utveckling av svenskt näringsliv och samhälle.

Målet med Nyckelaktörsprogrammet är att bidra till utveckling av kompetenser, metoder och strukturer för att göra högskolor och universitet till nyckelaktörer i det svenska innovationssystemet och mer professionella i sina samverkansroller. Slutligen syftar programmet till att öka nyttiggörandet av kunskaper och kommersialiseringen av forskningsresultat. Mot denna bakgrund erbjuder programmet stöd till uppbyggnad av infrastruktur för samverkan och kommersialisering, samt till aktiviteter som stärker en entreprenöriell kultur inom högskolan.

<sup>77</sup> Telefonintervju med Lars Ilmoni, Nuteks kontaktperson för de bägge programmen, 2008-10-22.

<sup>78</sup> "De nya affärsinnovationerna", B 2008:1. Ulf Berggren, Tommy Bergkvist och Ulrika Hedby, SMI.

Sedan 2007 finansieras fem projekt för professionalisering av samverkansarbetet. Sju universitet medverkar i dessa satsningar<sup>79</sup>. Trots att många av de universitet och högskolor som har beviljats medel har lagt upp sina nyckelaktörsprojekt så att de riktar sig mot teknik, naturvetenskap och/eller medicin/farmaci, finns det ingenting som säger att programmet inte kan vara öppet för andra vetenskapsområden också. Exempelvis har Uppsala universitet beslutat att göra en förstudie för att se hur de kan arbeta med humaniora och samhällsvetenskap inom ramen för sitt nyckelaktörsprojekt. Uppsala universitet har även under åren haft ett visst spontant flöde av kommersialiserbara idéer från humaniora och samhällsvetenskap. Bl.a. är en av deras mer lyckade avknoppningar, IPF<sup>80</sup>, ett bolag som kommer från pedagogiken och som idag har medarbetare med kompetens inom psykologi, statsvetenskap, företagsekonomi, psykologi och sociologi. Några av de anställda är disputerade och bedriver själva forskning i företaget.

Ett annat exempel är Karlstad universitet, där Nyckelaktörsprogrammet omfattar alla universitetets kunskapsområden. Håkan Spjuth, som arbetar med den del av detta projekt som handlar om kommersialisering av anställdas idéer och forskningsresultat, berättar att deras allra främsta kommersialisering till dags dato, kom från en person anställd vid universitetets filosofiska avdelning (företaget heter Left is Right)<sup>81</sup>. Men Håkan Spjuth rapporterar också att flödet av idéer idag är större från naturvetenskap och teknik och att Karlstad universitet försöker hitta vägar att stimulera ett idéflöde även från deras "mjukare" områden. Därutöver händer det att enskilda företag hör av sig till universitetet med förfrågningar om C- eller D-uppsatser inom humaniora och samhällsvetenskap.

Som ett sista exempel kan nämnas Göteborgs universitet och Chalmers arbete med Nyckelaktörsprogrammet. På Göteborgs universitet har man olika funktioner till stöd för nyttiggörande av forskningsresultat, vilka finns tillgängliga för hela universitetets bredd. Enligt Claes Jansson, vid Göteborgs universitets forsknings och innovationsservice, så har universitetet flera goda exempel från både det humanistiska som samhällsvetenskapliga området och det har även deras holdingbolag, GU Holding. Claes Jansson berättar vidare att när det gäller Nyckelaktörsprogrammet har Vinnova "en inriktning i sina satsningar mot natur och teknik, men när vi byggt upp verksamheten (GoINN) blir det en resurs för hela universitetet och Chalmers"<sup>82</sup>. Med andra ord planerar man för att denna satsning över tid ska komma att omfatta forskning även inom humaniora och samhällsvetenskap.<sup>83</sup>

Utöver Nyckelaktörsprogrammet har Vinnova också öppnat upp för projekt inom humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning genom myndighetens insatser inom arbetslivsutveckling. Denna del av Vinnovas verksamhet avser att stärka näringslivets och den offentliga sektorns bidrag till hållbar tillväxt genom att tillvarata människan som aktör och skapande resurs. I fokus står arbetsformer och ledningssystem som ökar svenska organisationers förmåga till förnyelse, värdeskapande och långsiktig effektivitet. Målet är global konkurrenskraft.

---

<sup>79</sup> Uppsala universitet, Karlstad universitet, Linköpings universitet, Luleå tekniska universitet, Umeå universitet, Göteborgs universitet och Chalmers.

<sup>80</sup> Se deras hemsida [www.ipf.se](http://www.ipf.se)

<sup>81</sup> I ett mailsvar 2008-10-20.

<sup>82</sup> Mailsvar från Claes Jansson 2008-10-20.

<sup>83</sup> Här kan nämnas att Stockholms universitet och dess holdingbolag, SU Holding AB, arbetar med att utveckla sin inkubator med fokus på tjänsteinnovationer. Se vidare [www.innovation.su.se](http://www.innovation.su.se).

De flesta projekten rör förändringsarbete i samverkan med företag och organisationer för ökad effektivitet som t ex skulle kunna mätas i bättre kompetensanvändning. Exempel på program som pågick under 2008 och inkluderade projekt med en humanistisk och samhällsvetenskaplig inriktning är: Verksamhetsledning och arbetsplatsutveckling<sup>84</sup>, Innovationsprocesser och entreprenörskap<sup>85</sup> och ”Behovsmotiverad genusforskning för innovation”<sup>86</sup>. Rapporter som handlar om hur denna forskning sedan nyttiggörs av företag har emellertid varken Vinnova eller någon av de andra nya forskningsstiftelserna/myndigheterna som vi har varit i kontakt med<sup>87</sup>. Däremot har Vinnova till uppgift att sprida information om forskning till bredare målgrupper. Detta gör de i samarbete med andra aktörer i följande satsningar:

- **forskning.se** (som är en nationell webbplats för forskningsinformation. På forskning.se finns material om forskning kompletterad med översiktlig information, där det enkla och begripliga är prioriterat. forskning.se ägs och utvecklas av tio myndigheter och stiftelser som finansierar forskning. Vinnova är en av dessa. Redaktionen är placerad på Vetenskapsrådet.)
- **Vetenskap & Allmänhet** (som är en ideell förening som vill främja kontakterna och idéutbytet mellan allmänhet och forskare. Målet är att öka allmänhetens kunskap om forskningens metoder och att stärka forskarnas lyhördhet och förståelse för allmänhetens frågor om och oro för forskning. Föreningen arrangerar och inspirerar till möten mellan forskare och allmänhet med utgångspunkt i människors frågor – i nya former och på okonventionella arenor. VA bygger på ett brett engagemang av organisationer, myndigheter, förbund, företag, föreningar, samfund och enskilda personer från olika delar av samhället. Verksamheten stöds av Utbildningsdepartementet och finansieras av medlemsavgifter och projektbidrag.)
- **Forskning & Framsteg** (Vinnova är en av intressenterna och finansiärerna i den stiftelse som utan vinstsyfte ger ut den populärvetenskapliga tidskriften Forskning & Framsteg. Tidskriften som utkommer med åtta nummer per år strävar efter att skriva begripligt och intresseväckande om allt från astronomi och fysik, miljö och ekologi, energi och teknik, medicin och psykologi, djur och natur, historia och arkeologi, till samhällsvetenskap och ekonomi. Forskning & Framsteg har funnits i mer än 30 år och har en upplaga på cirka 45 000 exemplar. Av dessa går över 99 procent till prenumeranter.)<sup>88</sup>

Bland dessa satsningar kan i synnerhet ”forskning.se” lyftas fram som någonting som skulle kunna utvecklas till en viktig mötesplats för näringsliv och akademi. Som vi har redogjort för i kapitel två så tar många företagare tillvara forskningsrön utan direkt kontakt med universitet

<sup>84</sup> Insatser med fokus på långsikt verksamhetsutveckling och hur man skapar förutsättningar för produktiva arbetsplatser i olika branscher och verksamheter under olika förhållanden.

<sup>85</sup> Insatser med fokus på entreprenörskapets och innovationsprocessernas lednings- och arbetslivsfrågor, bl.a. ledning av innovativt arbete, villkor för nyföretagande samt forskningsbaserad verksamhetsutveckling i små och medelstora företag.

<sup>86</sup> Ett program som syftar till att stärka VINNOVAs möjlighet att utveckla sin verksamhet när det gäller genusperspektiv och jämställdhetsaspekter samt att verka för jämställdhet i samhället.

<sup>87</sup> Så vitt vi vet – det skulle naturligtvis kunna vara så att vi har talat med en person som inte känner till att sådana rapporter finns.

<sup>88</sup> Se [www.vinnova.se](http://www.vinnova.se).

eller högskola. Samtidigt uppfattar många företagare att det är svårt att hitta forskning som är relevant för dem (vilket vi kommer att diskutera vidare i kapitel 4). Det finns en efterfrågan på en överskådlig sökmotor, innehållande forskningsrön som är presenterade på ett lättillgängligt språk. "Forskning.se" skulle kunna utvecklas till en sådan sökmotor, som sedan skulle kunna marknadsföras, t.ex. via branschorganisationer.

### **Stiftelsen för miljöstrategisk forskning (Mistra)**

Den tredje forskningsfinansiären som presenteras i föreliggande rapport är Stiftelsen för miljöstrategisk forskning (Mistra), som är en del av det svenska innovationssystemet för hållbar utveckling. Ett Mistra-program ska bidra till att lösa viktiga miljöproblem. Forskarna i programmet uppmanas därför att föra en nära dialog med praktiker från svenska företag, myndigheter, lagstiftare, internationella förhandlare och frivilligorganisationer för att forskningsresultaten ska komma till praktisk användning för en hållbar utveckling. Mistra uppmuntrar mångvetenskaplig forskning och ett Mistra-program omfattar inte sällan forskare från olika discipliner – däribland humanister och samhällsvetare<sup>89</sup>.

Med hänsyn till de angivna målsättningarna skall de program som Mistra finansierar i första hand bedömas i relation till hur forskningsresultaten kommit till praktisk användning inom företag, myndigheter eller organisationer. I en fallstudie av Mistra konstaterar emellertid Ulf Sandström (2003) att denna måluppfyllelse blir svår att mäta eftersom den saknar ett tidsperspektiv. Sandström hänvisar till tidigare studier<sup>90</sup> som visar att publiceringar bara är en av de former genom vilken forskning kommer till nytta. Forskningen bidrar till att skapa möjligheter och sätt att tänka som sedan kan föras vidare till kommande generationer av forskare och experter. Via forskarnas och studenternas medverkan i nätverk, genom att utföra uppdragsforskning åt företag, etc. kan resultaten från stora forskningsprogram föras ut till användare, men det är svårt att följa och dokumentera dessa processer – och detta gäller som tidigare nämnt för forskningsprojekt generellt.

Sammanfattningsvis kan konstateras att Mistras uppmuntran till mångvetenskapliga program öppnar upp för ett nyttiggörande av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning – trots att dessa processer kan vara svåra att mäta. Vi ska nu gå vidare och titta på hur Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling har arbetat för nyttiggörandet av forskningsrön som har sitt ursprung i humaniora/samhällsvetenskap.

### **Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling (KK-stiftelsen)**

Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling (KK-stiftelsen) finansierar forskning vid mindre och medelstora högskolor samt nya universitet inom särskilda profilmråden. Dessutom har KK-stiftelsen till uppgift att stödja kunskaps- och kompetensutbyte mellan å ena sidan näringslivet och å andra sidan universitet, högskolor och forskningsinstitut. Med denna utgångspunkt har stiftelsen genomfört flera satsningar<sup>91</sup> som har lett till att kunskapsområden inom framförallt naturvetenskap och teknik har utvecklats vid högskolor och universitet och i samproduktion med en rad svenska företag.

<sup>89</sup> För en utvecklad diskussion om detta, se Ulf Sandström, "Tvärvetenskap med förhinder", i *Vägar till kunskap. Några aspekter på humanvetenskaplig och annan miljöforskning*. Lars J. Lundgren (red.) Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Förlag Symposion, 2003.

<sup>90</sup> Se t.ex. Martin, B., och Salter, A., 1996, *The relationship between publicly funded basic research and economic performance. A SRPU review*, Science Policy Research Unit, University of Sussex, Brighton.

<sup>91</sup> Som har tagit olika former – forskningsprojekt, profilsatsningar, expertkompetenssatsningar osv.

Med begreppet ”samproduktion” menar KK-stiftelsen att såväl akademi och näringsliv som andra aktörer i samhället gemensamt identifierar behov, möjligheter och problem, och arbetar tillsammans för att skapa resultat för ömsesidig nytta och lärande. Avsikten är inte att akademi, näringsliv och andra aktörer, t.ex. offentlig sektor, gör samma sak, utan parternas kunskap och kompetens kompletterar och bygger på varandra. En ökad samverkan antas dessutom skapa en bas för personrörlighet mellan akademi och det omgivande samhället, vilket KK-stiftelsen ser som positivt<sup>92</sup>. Läsare som önskar en mer utförlig redogörelse av samproduktionsbegreppet hänvisas till bilaga 1.

Forskning inom humaniora och samhällsvetenskap har varit underrepresenterad i KK-stiftelsens samproduktionssatsningar. Detta har emellertid inte varit någonting som eftersträvats av KK-stiftelsen, som under 2008 satsar 28 miljoner i pilotprojekt för att utöka samproduktionskompetensen inom samhällsvetenskaplig, humanistisk och konstnärlig forskning.

Projektmedel för denna satsning utlystes under 2007, när stiftelsen bjöd in nya grupper av forskare<sup>93</sup>, inom dessa ämnesområden, att skicka in ansökningar för etablerings- respektive genomförandeprojekt som skall bedrivas i samproduktion med företag och andra organisationer i samhället. Under 2008 beviljades nio etableringsprojekt (av 75 sökande<sup>94</sup>) och åtta genomförandeprojekt (av 25 sökande<sup>95</sup>) inom humaniora och samhällsvetenskap. Syftet med stiftelsens erbjudande är således att utveckla forskares och företags samproduktionskompetens. Tre exempel på dessa samproduktionsprojekt har redan lyfts fram tidigare i rapporten<sup>96</sup> och här nedan följer ett fjärde.

*Högskolan i Kalmar: Lärande i företagsnätverk – utveckling av det internationaliserade företagets lärförmåga*

Projektet fokuserar på internationalisering av småföretags verksamheter, vilket är ett relativt svagt utvecklat område. Syftet med projektet är att producera kunskap som kan användas för att ”coacha” svenska företag in på utländska marknader. 15 småföretag inom olika branscher deltar i projektet. Seminarier hålls med syftet att de skall lära sig om internationalisering till nya marknader såväl från de andra företagens erfarenheter som från forskare i företagsekonomi. Många av de företag som ingår i projektet har under många år på olika sätt samverkat med Baltic Business Research Center (BBRC) på högskolan. T.ex. har representanter från många av företagen varit gästföreläsare på BBRCs masterutbildning, studenter har skrivit sina magisteruppsatser med företagen som fallstudier och forskare vid BBRC har studerat företagets internationella aktiviteter.

<sup>92</sup> ”Utökad samproduktionskompetens”, brev till berörda rektorer från KK-stiftelsen, 2007-11-14.

<sup>93</sup> Med nya grupper av forskare avsågs grupper som inte sökt finansiering inom KK-stiftelsens forskningssatsningar och nya konstellationer av grupper som önskade vidareutveckla sin förmåga att samproducera.

<sup>94</sup> Därutöver beviljades fyra etableringsprojekt inom konstnärlig forskning medel.

<sup>95</sup> Därutöver beviljades tre genomförandeprojekt inom konstnärlig forskning medel

<sup>96</sup> Följande projekt har nämnts: Södertörns högskola: Miljöfarliga kemikalier i textilindustrin; Högskolan på Gotland, Sjukdomar då och nu; och Högskolan Dalarna ”Falun above from Falun below”.

Efter att ha presenterat detta exempel på KK-stiftelsens pågående samproduktionsprojekt ska vi ägna nästa stycke åt att diskutera vad tidigare studier säger om sambandet mellan företags interaktion med akademien och deras tillväxt.

### 3.5 Tillväxteffekterna av interaktionen mellan företag och forskning

I det här stycket ska vi diskutera vad tidigare studier har sagt om tillväxteffekterna av interaktionen mellan företag och forskning. Med tillväxt menar vi här dels ökad omsättning, dels tillväxt i antal anställda<sup>97</sup>.

Forskningens påverkan på företags tillväxt är svår att undersöka och det finns heller inte så många studier med ambitionen att göra detta på mikronivå<sup>98</sup>. De studier som finns beskriver hur företagen själva *upplever* att deras interaktion med akademien har påverkat deras tillväxt<sup>99</sup> och baserat på dessa studier verkar inte forskningen ha några större tillväxteffekter. När det t.ex. gäller Almegas undersökning av relationen mellan tjänsteföretag och akademi så svarade endast 5% av de företag som uppgav att de hade tagit del av tjänsteforskning att denna hade varit till nytta för dem. Och i Svenskt Näringslivs studie av de snabbväxande gasellföretagen svarade ungefär hälften av de tillfrågade företagarna att interaktionen med akademien hade varit helt utan betydelse för företagets tillväxt.

Dessa resultat behöver emellertid inte innebära att forskning inte bidrar till tillväxt – idéer från akademien kan ha påverkat företagarna på ett mer indirekt sätt som är svårt att återge, eller erinra sig i en intervjusituation. Därutöver kan det vara så att tjänsteföretagen har dragit nytta av annan forskning som de inte räknar till "tjänsteforskning", men om detta kan vi bara spekulera i dagsläget.

Av de gasellföretag som svarade att deras interaktion med akademien hade bidragit till företagets tillväxt säger en övervägande andel att interaktionen har varit en nödvändig men inte tillräcklig faktor för företagets framgång. Och då är det först och främst möjligheten att få högskoleutbildade medarbetare som förs fram som viktig. Enligt studien så var ett av de typiska svaren: "Möjligtvis då detta med rekryteringen [av högskoleutbildade], den är ju en förutsättning för att vi ska kunna växa"<sup>100</sup>. Det fanns även vissa gaseller som beskrev interaktionen med akademien som en tillräcklig tillväxtfaktor. Bland denna grupp fanns det både de som förde fram utbildning som viktig och de som hävdade att tillgången till en produkt som tagits fram av akademien varit avgörande för företagets tillväxt.<sup>101</sup>

<sup>97</sup> Vi är emellertid medvetna om att denna distinktion ofta är svår att göra när det gäller små och medelstora företag.

<sup>98</sup> Stern, P., et al, 2007, Vinnovas fokus på effekter – en samlad ansats för effektlogikprövning, uppföljning, utvärdering och effektanalys. Vinnova VA 2007:14. Se undantaget: Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv.

<sup>99</sup> Se Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?", Almega, 2008. och Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv.

<sup>100</sup> Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv, sid. 26.

<sup>101</sup> Ibid.



Det finns många studier som pekar på att forskning och forskningssamverkan inte nödvändigtvis ger stora och omedelbara effekter på ett lands tillväxt, ”[s]narare är satsningar på FoU att jämställa med andra nödvändiga och viktiga investeringar”<sup>102</sup>. I studien av gasellföretagen uppger företagarna att forskning är en av många nyttskapande faktorer. Och då är det, som nämnt ovan, främst vikten av högskoleutbildad personal som lyfts fram. Detta har också förts fram i tidigare studier. I en forskningssamanställning av Institutet för Tillväxtpolitiska studier (ITPS) beskrivs akademins ekonomiska betydelse inte i termer av dess funktion att utveckla ny kunskap, utan ”att utbilda individer i att ta del av den i världen ackumulerade kunskapen. Ett litet lands välstånd är en funktion av dess förmåga att absorbera den ackumulerade kunskapen i världen som helhet och omvandla denna i nytta.”<sup>103</sup>

Medarbetare med en, för företaget, relevant utbildning behärskar vissa arbetsmetoder och sakkunskaper som de har tillägnat sig under sin forskningsanknutna utbildning. Denna utbildning möjliggör också en fortsatt forskningsbaserad interaktion. Vi har tidigare konstaterat att företags interaktion med akademien stiger med antalet högskoleutbildade anställda<sup>104</sup>. Högskoleutbildad personal kan således fungera som en ”långsiktig brygga mellan forskarvärlden och företagen”<sup>105</sup>. Detta betyder att företag som anställer akademiker också skapar ”en indirekt personlig kontaktyta med akademien”<sup>106</sup>, oavsett om denna kontaktyta används eller ej. Som påpekas i studien om gasellföretagens nytta av akademien, så bör också universitet och högskolor uppmärksamma denna möjliga väg in i företag genom att utveckla sin alumnverksamhet<sup>107</sup>. Det är viktigt att arbeta för att upprätthålla kontakten med tidigare studenter när de går ut i näringslivet. Dessa kan fungera som ambassadörer för lärosätet och underlätta framtida samarbeten mellan lärosätet och företag.

### 3.6 Sammanfattning

Sammantaget kan konstateras att tidigare studier ger en ytterst begränsad bild av hur forskning inom humaniora och samhällsvetenskap nyttiggörs av näringslivet. Vi vet att forskare inom dessa vetenskapsområden i mindre utsträckning än andra ingår i samverkansprojekt med det privata näringslivet som involverar forskning. När det gäller andra interaktionsformer så har vi emellertid endast uppgifter från studier som har behandlat alla vetenskapsområden tillsammans, det vill säga som inte behandlar humaniora och samhällsvetenskap som egna kategorier.

Detta betyder emellertid inte att det inte finns en hel del att lära om företags nyttiggörande av forskning (generellt) från den existerande litteraturen inom området. I diskussioner om hur

<sup>102</sup> Ibid, med referens till: Kander, A, Ejermo, O., och Schön, L., 2007, De empiriska paradoxernas upplösning: FoU och tillväxten. Ekonomisk debatt, 2007, årg. 35, nr. 35.

<sup>103</sup> Bager-Sjögren, L., 2006, Forskning och ekonomisk tillväxt – En översikt. Regleringsbrevsuppdrag nr 2, ITPS.

<sup>104</sup> Se t.ex. Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv, Filipsson, L. H., Linder, S., 2001, Kunskap i samverkan – mötet mellan högskola och småföretag, Företagarnas Riksorganisation och ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008.

<sup>105</sup> Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv, sid. 27.

<sup>106</sup> Ibid.

<sup>107</sup> Ibid.

---

Samverkan mellan akademi och näringsliv kan utvecklas är det viktigt att börja med att stärka de interaktionsformer som företagen har lättast för. Idag föredrar merparten av alla företag de interaktionsformer som har en låg kostnad och risk samt innebär en direkt nytta för dem. Interaktion med universitet som innebär en högre kostnad och risk där nyttan ses som långsiktig är mer sällsynt.

Idag är det emellertid främst de mer sällsynta interaktionsformerna som uppmärksammas av politiker, myndigheter och forskningsstiftelser. Utan att förneka att samverkan i form av gemensamma forskningsprojekt kan leda till långsiktiga vinster, finns det anledning för dessa aktörer att uppmärksamma det faktum att de flesta företag verkar föredra enklare interaktionsformer som varken kräver några större resurser eller någon direkt kontakt med akademien. Myndigheter som Vinnova borde – utöver arbetet med att stödja forskningssamverkan – även verka för att det ska bli lättare för företag att ta del av forskningsrön på egen hand. Här kunde de satsa på att utveckla hemsidan ”forskning.se”. Därutöver borde man se över möjligheten att minska kravet på medfinansiering när det gäller framförallt små, men även medelstora företag.

Exemplen ovan visar att det finns ett visst finansiellt stöd till forskningssamverkan mellan humanistiska/samhällsvetenskapliga forskare och näringslivet. De olika forskningsstödjande organisationernas aktiviteter inom detta område varierar i såväl form som utsträckning. Nuteks entreprenörskapsforskning bidrar till att förändra vår syn på innovationer och öppnar därmed upp för mer av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i innovationsprocesser. Vinnova har, i viss utsträckning, finansierat forskning inom humaniora/samhällsvetenskap inom ramen för verksamhetsområdet ”arbetslivsutveckling”. Mistra har verkat för mångvetenskapliga forskningsprogram kring miljöfrågor och i sådana kan humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning nyttiggöras. Slutligen har KK-stiftelsen, under det senaste året satsat på att stimulera en ökad samverkan mellan dessa vetenskapsområden och näringslivet. KK-stiftelsen arbetar för att forskare inom humaniora/samhällsvetenskap ska öka sin förmåga att samproducera forskning med näringslivet.

Vissa satsningar på humaniora och samhällsvetenskap har således genomdrivits av dessa organisationer. Men, det måste ändå understrykas att de alla, till dags dato, främst har stöttat forskning inom teknik, medicin och naturvetenskap. Detta bör det bli en ändring på. Det är dags för det nytänkande som krävs för att den svenska forskningsstrukturen ska anpassas till tjänstesektorns (och andra företags) behov av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning!

## 4 Möjligheter och barriärer för samverkan

I avsnitten ovan har vi visat att det redan idag pågår en viss samverkan mellan humaniora och samhällsvetenskap och näringslivet<sup>108</sup>. Men vi har även försökt peka på att utbytet mellan forskning inom dessa vetenskapsområden och företag har potential att bli mycket större. Det finns många företag som inte – eller i mycket begränsad omfattning – har kontakt med

---

<sup>108</sup> I synnerhet när det gäller ett ämne som företagsekonomi.

forskningsvärlden. Till exempel så har nästan fyrtio procent av tjänsteföretagen i AlmeGas medlemsenkät från 2008 liten eller ingen erfarenhet av forskning.

Under arbetet med denna förstudie har såväl möjligheter som barriärer för att utveckla samverkan mellan företag och forskning inom humaniora och samhällsvetenskap kunnat identifieras. I det här kapitlet ska dessa möjligheter och barriärer diskuteras. Vi inleder med att presentera de möjligheter som finns att stärka relationen mellan akademi och näringsliv.

#### 4.1 Möjligheter att utveckla samverkan

Vår litteraturgenomgång visade att det finns en mycket positiv attityd till forskning i näringslivet. Enligt en studie genomförd av Vetenskap och Allmänhet anser 3 av 4 företagsledare att forskningsbaserad kunskap är viktig för företagets framtid och 7 av 10 anser att samarbete med akademien är viktigt för företagets konkurrenskraft<sup>109</sup>. Samtidigt har endast 55% av företagsledarna samverkat med forskare i syfte att utveckla företagets verksamhet eller produkter<sup>110</sup>. Här finns det alltså en utvecklingsmöjlighet för samverkan i allmänhet – oavsett vetenskapsområde.

Utöver de positiva attityder som finns till forskning generellt, och som representerar en möjlighet att utveckla samverkan, har vi också funnit att det finns en efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning specifikt. Studier med ett näringslivsperspektiv, dvs. som riktar sina frågor mot företagen, har visat att det finns en efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i näringslivet i allmänhet och i tjänstesektorn i synnerhet.

Exempelvis visar Svenskt Näringslivs studie av gasellföretagens nytta av akademien, att när företagen tillfrågades vilken typ av forskning de efterfrågade så svarade gasellerna – oavsett bransch – att de var i behov av forskning inom affärsutveckling, management och organisationsfrågor. Och i AlmeGas medlemsundersökning svarade tjänsteföretagen att de viktigaste forskningsområdena för deras innovationsprocesser handlade om kundrelationer och kundinvolvering i affärsprocesserna, tjänstekvalitet, samt arbetsmetoder<sup>111</sup>. Dessa övergripande områden förknippas kanske först och främst med samhällsvetenskaplig forskning, men de omfattar även frågor som är centrala för humanister såsom t.ex. kommunikation, identitet och organisationskultur. Sammanfattningsvis kan konstateras att det finns en efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i näringslivet. Därmed finns även en möjlighet för dessa vetenskapsområden att utveckla sin näringslivssamverkan.

<sup>109</sup> ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008, i vilken 600 företagsledare inom trä-pappersindustri, livs- och läkemedelsindustri, teknikföretag, konsultföretag, turism och detaljhandel har intervjuats.

<sup>110</sup> I VAs undersökning beskrivs även skillnader mellan företagsstorlek och bransch. Om man tittar på alla företagare som en grupp var det 41% som hade samverkat med universitet, högskola eller forskningsinstitut i syfte att utveckla företagets verksamhet eller produkter. När man tittar på företagsstorlek mätt i antal anställda hade 34% av de små företagen (20-49 anställda) samverkat, 48 % av de medelstora företagen (50-199), och 68% av storföretagen (200-). Skillnader mellan branscher ser ut som följer: Trä och Papper 51% (av företagen i denna bransch har samverkat med akademien), Livs och Läkemedel 41%, Teknikföretag 51%, Konsulter 73%, Turism 32%, Handel 18%.

<sup>111</sup> Se rapporten ”Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?”, Almega, 2008.

Vidare är det, enligt studien ”Samverkan i det akademiska vardagslivet”<sup>112</sup> inte bara företagen som är positivt inställda till interaktion med akademien utan även det omvända gäller. Denna undersökning visar att attityderna till samverkan inte skiljer sig nämnvärt åt mellan forskare inom olika vetenskapsområden. Det bör emellertid poängteras att studien har undersökt attityder till samverkan i vid bemärkelse, inte enbart näringslivssamverkan. Resultaten gäller attityder till samverkan som omfattar interaktion med såväl offentliga som privata organisationer och aktiver som syftar till utveckling av demokrati, utbildning/kunskapsutveckling och tillväxt. Med reservation för att svaren skulle kunna skilja sig åt mellan vetenskapsområden om attityder till samverkan med näringslivet specifikt hade ställts, så innebär resultatet att humanister och samhällsvetare är lika positiva till samverkan som andra<sup>113</sup>. Detta skulle i så fall kunna tolkas som en möjlighet att utveckla interaktionen mellan dem och näringslivet.

En sista möjlighet att utveckla samverkan som har kunnat identifieras under arbetet med denna studie är den potentiella roll som dörröppnare, som både nuvarande och tidigare studenter spelar för sina respektive lärosäten. Det är vanligt att företag tar emot studenter för examensarbeten och praktik. Denna interaktionsform representerar en låg risk för företaget samtidigt som den kan ge direkt nytta. Som ett led i Bologna-processens krav på anställningsbarhet har det under senare år blivit allt mer vanligt att även studenter inom humaniora och samhällsvetenskap bedriver – eller kommer att bedriva – fältförlagda studier, uppsatsarbeten, eller praktik i företag. Detta representerar en möjlighet för kanske i synnerhet humaniora, men även en stor del av samhällsvetenskaperna, att visa näringslivet att deras frågor även är relevanta ur ett företagsperspektiv. Studenterna skulle därmed kunna öppna upp företagen för fortsatt och mer fördjupad samverkan. Om detta ska lyckas krävs emellertid att lärosätet upprätthåller kontakten med dessa företag, förslagsvis genom att utveckla rutiner för hur sådana relationer ska hanteras.

På samma sätt som nuvarande studenter representerar en möjlighet att utveckla samverkan med näringslivet spelar även alumner en viktig roll som dörröppnare och kontaktyta i såväl företagsvärlden som akademien. Givet att det finns ett positivt samband mellan företags samverkan med akademien och andelen högskoleutbildade medarbetare så borde lärosäten göra mer för att utveckla sin alumnverksamhet. En god och kontinuerlig kontakt med alumner i näringslivet representerar en bro mellan företagsvärlden och lärosätet. Om den tidigare studenten hålls informerad om lärosätets utbud så kan han/hon agera när ett tillfälle till samverkansprojekt uppstår.

## 4.2 Barriärer för samverkan

Som redovisats ovan finns stora möjligheter att utöka samverkan mellan humanistisk/samhällsvetenskaplig forskning och näringsliv. Samtidigt finns det ett antal hinder som står ivägen för denna utveckling och som måste rivas om relationerna mellan dessa vetenskapsområden och företagsvärlden ska kunna stärkas. Med stöd från den existerande litteraturen inom områdena har vi identifierat fyra sådana barriärer som ska diskuteras i avsnitten som följer:

<sup>112</sup> Wahlbin, C. och Wigren, C., 2007, Samverkan i det akademiska vardagslivet, Nutek.

<sup>113</sup> I en framtida studie skulle det vara intressant att undersöka humanisters och samhällsvetares attityder till samverkan med näringslivet som syftar till tillväxt, isolerat från andra variabler.

- Svaga incitament för samverkan
- Kulturskillnader mellan akademi och näringsliv
- Kommunikationshinder
- Den rådande forskningspolitiken

### **Svaga incitament för samverkan**

Utgångspunkten för att utveckla samarbetet mellan näringslivet och forskningsvärlden är på vissa sätt optimal. Humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i Sverige befinner sig på en hög vetenskaplig nivå och täcker ett brett fält av forskningsområden. Erfarenheter visar dock att det ibland saknas tydliga incitament för samverkan såväl inom akademien som i näringslivet. För näringslivet är frågan om svaga incitament främst kopplad till mer djupgående samverkansformer, som t.ex. gemensamma forskningsprojekt<sup>114</sup>. Jämfört med att t.ex. låta studenter göra sina examensarbeten på företaget så kostar ett forskningsprojekt mer i form av medfinansiering och tid. Den finansiella risken är större – den eventuella nyttan kommer först på sikt. Mot denna bakgrund kan det tänkas att företagen finner det än mer riskfyllt att involvera sig i projekt med humanister och samhällsvetare, som i dagsläget inte har samma erfarenheter av samverkan som forskare inom andra vetenskapsområden.

För forskarna, å andra sidan, så har bristen på incitament att göra med att samverka med näringslivet traditionellt inte har varit meriterande. När det gäller anställning av forskare så har fokus varit på meriteringsprinciper, som kvalitén och mängden av vetenskapliga artiklar publicerade i vetenskapliga tidskrifter och undervisningserfarenhet. För den enskilda forskaren har detta inneburit att det inte alltid är fördelaktigt att använda tid och resurser till att samarbeta med näringslivet. Resultatet har i många fall blivit att forskare inte känner sig förpliktigade till ett näringslivssamarbete.

Samtidigt har många forskare behov av en ökad kännedom om näringslivet och näringslivets kunskapsbehov. Rörligheten mellan universitet och näringsliv är begränsad och det försvårar en djup förståelse för företagets verksamhet. Företagen utgör i allra högsta grad en potentiell resurs för universitet och högskolor. Samverkan med näringslivet kan öka kvalitén och relevansen i utbildningen, ge forskarna tillgång till empiri och en inblick i de faktiska problem som företagen brottas med och den kunskap som de genererar under hanteringen av dessa problem. En god kännedom om aktuella problem i företagets vardag och den kunskap som företagen själva har skapat om dessa problem och hur de kan hanteras, berikar forskningsprocessen. Utöver detta incitament för samverkan har den sittande regeringen nu även påpekat att det bör vara en meriteringsgrund för forskare att arbeta med samverkan, kommersialisering och innovationsarbete. En viss ansats att riva denna barriär har således redan inletts.

### **Kulturskillnader**

Det finns även kulturskillnader mellan akademi och näringsliv som kan försvåra samverkan. Från företagets perspektiv kan det handla om akademins bristande förmåga att förstå

---

<sup>114</sup> Se: Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv. Filipsson, L. H., Linder, S., 2001, Kunskap i samverkan – mötet mellan högskola och småföretag, Företagarnas Riksorganisation och ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008

företagens sätt att arbeta och att man talar olika språk<sup>115</sup>. Det finns t.ex. många företag som inte arbetar med en så lång investeringshorisont som det ofta är nödvändigt att ha i forskningsprojekt. Krav på ”return on investments” på ett till tre år är inte ovanliga när privata verksamheter sätter igång utvecklings- och innovationsprojekt. Många företag gör därför fram att de är intresserade av samarbete med universitet och högskola men att de inte har tillräckligt med resurser. Forskning tar tid och forskare kan därmed ha liten förståelse för den tidspress som präglar företagens arbete och vice versa. Sammantaget kan detta vara en av anledningarna till att dagens samverkansprojekt tenderar att bli relativt korta mätt i tid<sup>116</sup>.

Vidare är behovet av ny kunskap och forskning i näringslivet oftast problemrelaterat. Företagen efterfrågar sällan kunskap inom ett avgränsat ämnesområde utan mång- och/eller tvärvetenskaplig kunskap som involverar många ämnen och discipliner. Samtidigt finns det inom humaniora och samhällsvetenskap många mindre forskningsmiljöer som arbetar inom sina egna avgränsade forskningsfält. Det kan därför finnas ett behov av att utveckla helt nya mång- och/eller tvärvetenskapliga samarbeten, nya samarbetsformer mellan forskare och ett överskridande av gränser mellan institutioner och ämnesområden.

Slutligen kan lyftas fram att debatten som förts om samverkan bland såväl forskare som finansiärer och företag har varit ganska polariserad. Detta skapar en barriär för att samverkan mellan näringsliv och akademi skall kunna utvecklas. Det finns många som argumenterar i termer av *antingen eller* i den meningen att forskningen antingen ska vara kritiskt granskande eller samhällsnyttig – med andra ord finns det en starkt polariserad syn på vad god forskning är.

Arne Wittlöv, tidigare vice VD för Volvo och preses för Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA), skriver i en rapport från ett seminarium med titeln ”Det mänskliga - ett seminarium om humaniora som sökande och experiment” (2001) att när humaniora (men det skulle lika gärna kunna gälla för samhällsvetenskap) söker sin uppgift tycks det ske med skarpt polariserade alternativ. Antingen ska forskningen vara i) fritt sökande; ii) kritiskt granskande, iii) ”nostalgisk”, iii) kunskapstillväxt i akademien – dvs. ett betraktande synsätt. Eller: i) nyttig; ii) uppdragsfinansierad; iii) ”opportunistisk”; kunskapstillväxt i samhället – dvs. ett deltagande synsätt. Men humaniora och samhällsvetenskap har båda dessa roller. På samma sätt som naturvetarna idag arbetar över motpolernas gränser måste humaniora och samhällsvetenskapen utveckla denna möjlighet.

Samtidigt som det är viktigt att lära sig arbeta över motpolernas gränser får inte diskussionen om akademins integritet undvikas i denna utveckling. En möjlig förklaring till varför den polariserade debatten existerar skulle kunna vara att många forskningsfinansiärer och företrädare för näringslivet inte verkar diskutera denna fråga i någon större utsträckning. Man måste åtminstone vara medveten om spänningen mellan akademins uppgift å ena sidan och

<sup>115</sup> Se t.ex. ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008.

<sup>116</sup> Kortsiktigheten i de pågående samverkansprojekten representerar en viktig utmaning för en utökad samverkan. Detta har identifierats av bl.a. KK-stiftelsen. Det finns idag få initiativ som skapar ramar för större samarbeten mellan forskare och näringsliv där dessa kan mötas fysiskt och samarbeta över längre tidsperioder. KK-stiftelsens program syftar bl.a. till att ändra på detta genom att ge ekonomiskt stöd till projekt som innehåller etablerade samarbeten så att de kan utökas och fördjupas.

företagens uppgift å andra sidan, annars kan det nog lätt bli så att många forskare motsätter sig en utökad samverkan med näringslivet.

Universitet liksom företag verkar för att tillgodose omvärldens behov. I detta avseende är det riktigt att säga att universitetsforskning ska vara till nytta. Men som Sharon Rider, docent och universitetslektor i teoretisk filosofi vid Uppsala universitet, skriver så finns det dock en väsentlig skillnad i hur detta tillgodoseende definieras<sup>117</sup>. Enligt Magna Charta Universitatum, de europeiska universitetens rättighetsförklaring, ”måste universitetens forskning och undervisning vara moraliskt och intellektuellt oberoende av alla politiska, ideologiska och ekonomiska maktgrupperingar”.

När universitet och högskolor arbetar för att tillgodose omvärldens behov så skall det göras utan att ta hänsyn till utomvetenskapliga gruppers reaktioner på hur forskningsfrågor formuleras, problematiseras och på vilka resultat forskningen leder fram till. Forskningsresultat om en viss kommersiell produkt kan väcka obehag hos vissa ekonomiska maktgrupperingar; resultat om ett visst kulturellt mönster kan väcka anstöt hos ideologiska maktgrupperingar; resultat om vissa politiska beslut kan väcka politisk upprördhet etc. Sådana reaktioner bör dock inte ha någon som helst betydelse för vetenskapen, argumenterar Rider. Det är denna strävan som är kännetecknande för idén om universitet och högskolan som sådan<sup>118</sup>. Således måste samverkan mellan akademi och näringsliv utvecklas utan att den akademiska integriteten äventyras<sup>119</sup>.

Hur skapar man samverkansformer så att forskningens frihet och lojaliteten mot de inomvetenskapliga kvalitetskriterierna inte hotas? Jo, menar Sharon Rider, ”just genom att vara medveten om och erkänna att det kan finnas en spänning mellan universitetets roll som det kritiska tänkandets och fria kunskapssökandets hemort å ena sidan, och å den andra universitetet som en samhällsfunktion som bekostas av skattemedel och står i samhällets tjänst. Denna spänning är nödvändig för ett friskt och sunt forsknings- och undervisningsklimat.”<sup>120</sup>

Satsningar på förändring och förnyelse behöver, enligt Rider, således inte stå i motsats till vetenskapens idé. Internationalisering, ökat samarbete med verksamheter utanför universiteten etc., kan mycket väl finnas som en del av universitetens och högskolornas utveckling utan att hota deras autonomi. Det fria universitetet och högskolan kan tvärtom ses som oerhört viktiga faktorer i samverkan med det omgivande samhället, just därför att forskning bedrivs på akademins egna villkor. Ur det perspektivet är det både rätt och rimligt att uppmana ämnen och forskningsmiljöer att förnya sig och relatera till en ny värld med nya omständigheter. Men, konkluderar Rider, det tycks vara nödvändigt i dagsläget att erinra beslutsfattare, inklusive forskningsfinansierare, och även vissa forskare om en omistlig innebörd av universitetssidén som har hamnat i marginalen.

## Kommunikationsbarriärer

<sup>117</sup> Rider, S. Nyttan av den akademiska friheten, i Kulturella perspektiv, Nr. 2, 2008.

<sup>118</sup> Rider, S. Nyttan av den akademiska friheten, i Kulturella perspektiv, Nr. 2, 2008.

<sup>119</sup> Detta förs också fram i bl.a. Högskoleverkets rapport ”Högskolan samverkar vidare” 2008:10, Regeringens proposition 2004/05:80, Forskning för ett bättre liv och Regeringens proposition 1998/99:94, Vissa forskningsfrågor, s. 34.

<sup>120</sup> Se Rider, S. ”Nyttan av den akademiska friheten”, i Kulturella perspektiv, Nr 2, 2008, s. 31.

Utöver de barriärer som diskuterats ovan finns det även brister i kommunikationen mellan akademi och näringsliv som hindrar en utökad samverkan mellan dessa båda världar. Företagarna uttrycker ett behov av ökade informationsinsatser från universiteten och högskolorna riktade till näringslivet. Detta gäller företag i allmänhet och små och medelstora företag i synnerhet<sup>121</sup>. Många företag känner inte till vad högskolan skulle kunna erbjuda för samverkan, vart de ska vända sig för att hitta den forskning som är relevant för dem och upplever ofta det akademiska språket som svårtillgängligt. Samtidigt erkänner många företagare att de själva är dåliga på att kontakta universiteten – det tar tid och är en prioriteringsfråga<sup>122</sup>.

Att nära 40% av tjänsteföretagen i Almeegas undersökning<sup>123</sup> endast hade liten eller ingen erfarenhet av forskning kan delvis tolkas som ett symptom på denna kommunikationsbarriär. Tjänsteföretagen låter sig inte heller inspireras av forskningsrön i någon större utsträckning. Över femtio procent har aldrig tagit del av tjänsteforskningen och endast fem procent säger sig ha haft stor nytta av tjänsteforskningens resultat.

Sammantaget medför de kommunikationshinder som beskrivits ovan att många företag kan ha svårt att ingå i ett forskningssamarbete med en högskola/ett universitet. Dels för att företagen inte har den nödvändiga forskningsmässiga kompetensen. Dels för att företagen inte har kännedom om och förståelse för forskningsmässiga processer och metoder. Forskningsprocessen betraktas eventuellt som onödigt komplicerad och som något som är mycket långt från deras ”verkliga” problemställningar. Speciellt bland den stora gruppen av företag utan forskningsmässig erfarenhet finns det därför en stor osäkerhet om investeringarna i forskning och utveckling kan betala sig. Från företagets perspektiv är kanske den största barriären för samverkan, efter resursfrågan, bristen på kommunikation och tradition av interaktion med akademien.

Ett sätt att åtgärda detta kommunikationsproblem, som bl.a. har föreslagits av företagen i Almeegas undersökning<sup>124</sup> är att skapa bloggar och en länksamling med topplistor inom olika områden så att företagen snabbt kan följa vad som sker inom forskningen och ta kontakt med forskare som arbetar med områden som är intressanta för dem. Universitet och högskolor bör således etablera bättre kanaler och forum för att nå ut med sin forskning och göra den mer lättillgänglig för näringslivet.

### **Den rådande forskningspolitiken**

På många ställen i föreliggande rapport har politikernas ovilja eller oförmåga att se den viktiga roll som humaniora och samhällsvetenskap har potential att spela för svensk innovation och tillväxt lyfts fram. I Sverige finns det många som ser den offentliga sektorn som den huvudsakliga avnämaren för samhällsvetenskapliga och humanistiska forskningsresultat. Detta är en tänkbar förklaring till att forskningsstiftelser och myndigheter som stödjer behovsmotiverad forskning som Vinnova, KK-stiftelsen och Nutek, till dags dato, främst har finansierat projekt och program inom teknik, medicin och naturvetenskap.

<sup>121</sup> Se: Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv.

<sup>122</sup> Ibid.

<sup>123</sup> Se rapporten ”Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?”, Almega, 2008.

<sup>124</sup> Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?, Almega, 2008.



Därutöver bygger dagens forskningspolitiska satsningar från en forskningsstruktur som inte är anpassad för tjänstesamhället, som efterfrågar humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning. Istället är det industrisektorn, som främst (men inte enbart) efterfrågar forskning inom teknik, medicin och naturvetenskap som premieras av denna struktur. Detta trots att tjänstesektorn idag sysselsätter 80 procent av arbetskraften och ständigt växer, medan industrin sysselsätter allt färre människor.

Almega argumenterar att, i förhållande till tjänstesektorns storlek, så är satsningar på behovsmotiverad tjänsteforskning mindre än de borde vara för att tillföra tillräckliga förändringar och innovationskraft. Organisationen uppmanar därför politiker att skapa en nationell struktur för tjänsteforskning som har tjänster i fokus oavsett var de produceras. En sådan satsning skulle också öka möjligheterna för en utvecklad samverkan mellan humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet. Vi har dessutom visat att strategiska satsningar på humaniora och samhällsvetenskap har potential att gagna företag i alla branscher – inte bara de som tillhör tjänstesektorn.

## 5 Slutsatser och förslag till åtgärder

I föreliggande förstudie har vi sökt öka vår kunskap dels om efterfrågan på samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning i näringslivet, dels om hur forskning inom dessa vetenskapsområden nyttiggörs av företag och vilka barriärer och möjligheter som finns för en utveckling av detta nyttiggörande. I detta avslutande kapitel ska vi presentera studiens viktigaste resultat. Vi ska även ge förslag dels på åtgärder som skulle kunna leda till en utökad samverkan mellan forskning inom humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet, dels på framtida forskning som ytterligare kan fördjupa vår kunskap inom detta spännande och viktiga fält.

### 5.1 Näringslivet efterfrågar humanistisk/samhällsvetenskaplig forskning

Vår litteraturgenomgång visade att företag i alla branscher efterfrågar forskning inom ekonomi, ledarskap, organisation, marknad och kommunikation – det vill säga forskning inom humaniora och samhällsvetenskap<sup>125</sup>. Forskningen inom dessa vetenskapsområden kan bidra till att de processer som är avgörande för många verksamheters framgång utvecklas, oavsett om de producerar upplevelser, konsulttjänster, maskindelar eller läkemedel.

Det är också viktigt att poängtera att den växande tjänstesektorn efterfrågar forskning inom just humaniora och samhällsvetenskap. Tjänsteinnovationer är sällan resultat av utvecklingen av ny teknik. Istället utvecklar tjänsteföretagen sin verksamhet med hjälp av idéer från kunder och medarbetare. De tre viktigaste områdena som tjänsteföretagen vill att universitet och högskolor skall forska mer om består av kundrelationer och kundinvolvering i affärsprocesserna, tjänstekvalitet samt arbetsmetoder. Samtliga dessa tre områden tillhör samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning.

<sup>125</sup> Se t.ex. ”Kunskapssynen i Näringslivet”, VA, 2008, Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv, Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?”, Almega, 2008.

Humaniora och samhällsvetenskap är även betydande bidragsgivare till mångvetenskaplig forskning inom fält som t.ex. etik som grund för att lösa krav på miljö, bio- och nanoteknologi. Inom kulturbaserad näringsverksamhet har delar av konst och kulturämnen överlappande problemställningar med ekonomisk och samhällsvetenskaplig forskning. Och ämnesmiljöerna inom musikterapi, litteraturvetenskap, idéhistoria och turism samarbetar med olika ämnen inom hälsovård inom ramen för ett nytt mer omfattande hälsobegrepp<sup>126</sup>.

Behovet av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning är likaledes mycket tydligt inom de kreativa näringarna och upplevelseindustrin. Under de senaste åren har områden som film, design, medier, turism, musik, events etc. kommit att bli en allt viktigare del av svensk ekonomi. Och denna utveckling är i hög grad kopplad till kunskap och utbildning på de humanistiska och samhällsvetenskapliga områdena.

Sammantaget pekar föreliggande studie på att det finns en stor efterfrågan på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning i näringslivet. Frågan är då hur denna forskning nyttiggörs av näringslivet? Hur interagerar företagen med akademien?

## 5.2 Forskning nyttiggörs i en mångfald av samverkansformer

Litteraturgenomgången visade att det vanligaste sättet varmed företag nyttiggör forskning är genom att anställa personer med en akademisk utbildning. Dessa personer bär med sig idéer från forskningen in i företagen där de sedan kan omsättas i förbättrade processer och produkter. Utöver att anställa akademiker tar även många företag till sig och använder forskningsresultat utan direkt kontakt med universitet och högskola, till exempel genom att läsa forskningsartiklar. Att ta emot praktikanter/exjobbare, och köpa en konsulttjänst från universitet och högskolor är också relativt vanliga interaktionsformer, liksom att delta vid konferenser där forskningsresultat presenteras.

Dessa mer vanliga interaktionsformer kan fungera som en slags ingång till djupare och mindre vanligt förekommande former av interaktion. En sådan mer ovanlig samverkansform är att företag genomför forskningsprojekt tillsammans med universitet och högskolor. Här finns det en studie som visar att i jämförelse med forskare inom andra vetenskapsområden så är det betydligt mindre vanligt att samhällsvetare och, i ännu lägre utsträckning, humanister är involverade i sådana samverkansprojekt<sup>127</sup>. Samtidigt visar studien att attityderna till samverkan inte skiljer sig nämnvärt åt mellan forskare inom olika vetenskapsområden. Humanister och samhällsvetare är med andra ord lika positiva till samverkan som andra<sup>128</sup> vilket skulle kunna tolkas som en möjlighet att utveckla interaktionen mellan dem och näringslivet.

<sup>126</sup> Se t.ex. Norska forskningsrådet, 2008, "Nasjonal strategi for humanistisk forskning".

<sup>127</sup> Wahlbin, C. och Wigren, C., 2007, Samverkan i det akademiska vardagslivet, Nutek.

<sup>128</sup> Detta ska emellertid sägas med reservation för att den refererade studien har undersökt attityder till samverkan i vid bemärkelse. Resultaten gäller attityder till samverkan som omfattar interaktion med såväl offentliga som privata organisationer och aktiver som syftar till utveckling av demokrati, utbildning och kunskapsutveckling och tillväxt. I en framtida studie skulle det vara intressant att undersöka humanisters och samhällsvetares attityder till samverkan med näringslivet som syftar till tillväxt, isolerat från andra variabler.

Det finns naturligtvis en rad andra processer genom vilka företag kommer i kontakt med och nyttiggör forskning. Men det som är viktigt att lyfta fram i detta sammanhang är att de vanligaste förekommande interaktionsformerna, om man frågar företagen själva, är de som har en låg kostnad och risk samt innebär en direkt nytta för företagen. Interaktion med universitet som innebär en högre kostnad och risk där nyttan ses som långsiktig är mer sällsynt. Till exempel visar en studie av tillväxtföretags nytta av akademien<sup>129</sup> att inget företag i urvalet har licensierat ett universitetspatent. Vidare uppger endast ett fåtal att de har kommersialiserat forskningsresultat eller haft industridoktorander, alternativt att någon på företaget har verkat som adjungerad professor. Samtidigt är samtliga av dessa former vanligt förekommande i samverkansdebatten, där de ofta diskuteras som några av de viktigaste formerna vid nyttiggörande av forskning ur ett näringslivsperspektiv.

Sammantaget kan konstateras att forskning i allmänhet nyttiggörs av företag i en mångfald av processer. Samtidigt ger existerande studier en ytterst begränsad bild av hur forskning inom specifikt humaniora och samhällsvetenskap tas tillvara av näringslivet. Vi vet att forskare inom dessa vetenskapsområden i mindre utsträckning än andra ingår i samverkansprojekt som involverar forskning. När det gäller andra interaktionsformer så har vi emellertid endast uppgifter från studier som har behandlat alla vetenskapsområden tillsammans, det vill säga som inte behandlar humaniora och samhällsvetenskap som egna kategorier. Här behövs således mer djupgående undersökningar som sätter dessa två vetenskapsområden i fokus.

### 5.3 Möjligheter och barriärer för samverkan

Såväl tidigare studier som våra egna kontakter med företagens intresseorganisationer har visat att forskning inom humaniora och samhällsvetenskap efterfrågas av företag i allmänhet och av tjänsteföretag i synnerhet. I dagsläget har emellertid endast en liten del av de företag som uttrycker ett behov av sådan forskning samverkat med akademien. Detta i kombination med att humanister och samhällsvetare är lika positivt inställda till samverkan (i vid mening) som forskare inom andra vetenskapsområden, representerar en möjlighet att utöka interaktionen mellan humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet.

Att företag inom tjänstesektorn har relativt liten erfarenhet av samverkan med akademien kan nog delvis förstås som en följd av ett generellt nationellt innovationssystem som i hög grad fokuserat på teknik, medicin och naturvetenskap och är resursallokerat gentemot industrisektorn. Tjänsteföretagen har inte på samma sätt integrerats i, eller kunnat dra nytta av det nationella innovationssystemet, som inte heller har omfattat forskning inom humaniora och samhällsvetenskap. I linje med detta har forskningsstiftelser och myndigheter, som stödjer näringslivsrelevant forskning, som KK-stiftelsen, Mistra, Vinnova och Nutek, till dags dato främst stöttat forskning inom teknik, medicin och naturvetenskap<sup>130</sup>. Därmed kan den rådande forskningspolitiken ses som en barriär för en utvecklad samverkan mellan forskning inom humaniora och samhällsvetenskap och näringslivet.

<sup>129</sup> Johannesson, C. m.fl., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv.

<sup>130</sup> Samtidigt uppvisar dessa organisationer ett intresse för att utveckla sina satsningar på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning. I synnerhet KK-stiftelsen har varit tydlig med detta och gjort en riktad satsning för att forskare inom dessa vetenskapsområden ska bli bättre på att bedriva forskning i samproduktion med näringslivet och vice versa.

En annan brist i den rådande forskningspolitiken är att den inte har lyckats skapa tillräckligt starka incitament för forskare att samverka med näringslivet utöver i sådana projekt som delfinansieras av företag. Som nämnt ovan visar de studier som föreliggande rapport bygger på att näringslivet föredrar andra interaktionsformer med akademien än forskningssamverkansprojekt. Företagen nyttiggör således forskningsrön i andra processer än de som får politiskt och ekonomiskt stöd.

Ytterligare en barriär för att utveckla näringslivets nyttiggörande av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning utgörs av *kulturskillnader mellan akademi och näringsliv* (exempelvis avseende språk, löptider och arbetssätt). I linje med detta samverkar företag som har många akademiker anställda mer med forskningen än de företag som inte har denna typ av kompetens. Företag som har anställda med erfarenheter från universitet och högskola har således lättare att överbygga denna barriär än andra företag.

Men det är inte bara företagen som ska visa förståelse för och anpassa sig efter akademien. Universitet och högskolor måste också bli bättre på att kommunicera forskningsrön till näringslivet på ett begripligt sätt. *I dagsläget finns det tydliga kommunikationshinder i den mening att forskningen upplevs som svårtillgänglig av företag avseende såväl forskningsrapporters språk och form, som de kanaler genom vilka de sprids.*

#### 5.4 Förslag på åtgärder

Efter att ha presenterat dessa barriärer och möjligheter för att utveckla samverkan mellan näringslivet och humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning ska vi nu ge några förslag på konkreta åtgärder som syftar till att riva hindren mellan dessa båda världar. Förslagen som följer har formulerats med utgångspunkt i såväl akademins som företagets förutsättningar.

1. *Gör inlägg i samhällsdebatten om forskningens roll för tillväxt och innovation!* Visa att forskning inom humaniora och samhällsvetenskap har fått en oförtjänt liten plats i denna debatt. Peka på att tjänsteföretagen inte får sina behov av humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning tillfredställda. Och lyft slutligen fram goda exempel på samverkansprojekt mellan humaniora/samhällsvetenskap och näringslivet, samt nyttiggörande av denna typ av forskning.
2. *Betrakta studenter som skriver sin examensuppsats på ett företag, och praktikanter, som en viktig interaktionsform och ingång i företaget!* Att bygga upp en relation till ett företag som tar emot studenter/praktikanter kan öppna upp för ett mer djupgående samverkansprojekt mellan företaget och universitetet/högskolan. När det gäller vetenskapsområden som humaniora i synnerhet, men även samhällsvetenskap, som inte har så mycket erfarenhet av samverkan med näringslivet kan studenter vara än mer viktiga som dörröppnare jämfört med vetenskapsområden som t.ex. teknik. Att ta emot studenter innebär en låg risk och kräver små resurser från företagaren, som genom studenten, får en viss inblick i vad t.ex. ett humanistiskt perspektiv kan tillföra den egna verksamheten.

3. *Kommunicera vad universitet/högskolor kan erbjuda näringslivet på ett tydligt och lättillgängligt sätt!* På samma sätt som studenter kan öppna dörrar till företag så kan skriftlig information om näringslivsrelevanta forskningsrapporter, inom humaniora och samhällsvetenskap, väcka intresse bland företag och leda till framtida kontakter/samarbeten. Idag saknas emellertid tydliga kanaler för att sprida forskning till företag. Således bör möjligheten att stärka tillgängligheten till forskningsrapporter och övriga skrifter på akademins hemsidor ses över. Interaktionen mellan akademi och forskning skulle också gynnas om det språk och den form som används för att presentera forskningen gjordes mer lättillgängliga för näringslivet.
4. *Skapa fler mötesplatser där företagare och forskare kan mötas!* T.ex. genom att utveckla konferenser som form för interaktion mellan näringslivet och akademien.
5. *Utveckla alumnverksamhet som ingång för djupare interaktion!* Företagets akademiska kompetens är av stor vikt för att samverkan ska bli av och för högskolan/universitet representerar tidigare studenter potentiella dörröppnare till de företag där de tagit anställning. Således bör universitet och högskolor utveckla sin förmåga att upprätthålla kontakten med alumner och se till att dessa har goda kunskaper om lärosätenas erbjudanden till näringslivet. På det sättet kan intresset från företagen att delta i och medfinansiera forskningsprojekt öka.

## 5.5 Förslag på framtida studier

Avslutningsvis ska vi säga något om de möjligheter som finns att fördjupa, bredda och komplettera denna förstudies resultat. Vi föreslår tre studier som skulle kunna ge både mer bredd och fördjupning. Detta i sin tur skulle ge mer tyngd i kommunikationen med beslutsfattare och policyskapare.

### 1. *En kvantitativ studie om hur forskning inom hum/sam nyttiggörs av näringslivet riktad till såväl forskare som företagare*

Denna förstudie har identifierat ett behov av mer djupgående studier av de processer genom vilka samhällsvetenskapliga och humanistiska forskningsrön nyttiggörs av näringslivet. Vi skulle dels behöva genomföra en enkätstudie som riktar sig till forskare inom specifikt humaniora och samhällsvetenskap, och som enbart ställer frågor kring deras arbete med och attityder till näringslivssamverkan. Dels skulle vi behöva undersöka i vilken utsträckning och genom vilka interaktionsformer som företag inom olika branscher tar till sig och nyttiggör forskning inom specifikt humaniora och samhällsvetenskap. För att inte gå miste om viktiga delar av företagets verklighet i en sådan studie, vilket en renodlad enkätundersökning riskerar att göra, krävs en kombination av såväl kvalitativa som kvantitativa metoder<sup>131</sup>.

### 2. *En innovationsspridningsstudie som kartlägger innovationsspridningskedjor med sitt ursprung inom humaniora och samhällsvetenskap*

<sup>131</sup> I utformningen av en sådan studie skulle man kunna hämta inspiration både från den danska studien "Danmarks Erhvervsforskningsbarometer, 2005"<sup>131</sup> som undersöker hur forskare inom samhällsvetenskap och humaniora samverkar med näringslivet och Johannesson, C och kollegors (2008) studie Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv som beskriver relationen mellan akademi och näringsliv ur ett företagsperspektiv.

Idag vet vi inte så mycket om hur samverkan mellan företag och forskning påverkar tillväxten. Om vi till exempel vill ta reda på vilken tillväxteffekt ett forskningsområde inom humaniora har fått i näringslivet blir traditionella samverkansindikatorer ett trubbigt verktyg. Då kan det vara mer fruktbart att genomföra en innovationsspridningsstudie. Syftet med en sådan undersökning är att kartlägga och bidra till vår förståelse för den mångfald av interaktionsformer genom vilka företag nyttiggör forskning (i det här fallet inom humaniora och samhällsvetenskap). Genom att exempelvis ringa in ett forskningsområde från flera håll, följa ledtrådar med hjälp av snöbollsteknik, omfattande och strukturerade internetsökningar och litteraturstudier kan spridningskällor kartläggas med utgångspunkt i föreliggande studies resultat<sup>132</sup>.

*3. En studie av vad som får företag att ta steget från enklare/vanligare interaktionsformer till en mer fördjupad, långsiktig samverkan med akademien.*

En viktig lärdom som kommit från litteraturgenomgången är att man bör ta tillvara den interaktion företagen faktiskt har och som också kan fungera som en ingång till andra djupare former av interaktion. Exempelvis kan en satsning på utbildningsrelaterade interaktionsformer (som t.ex. studenter som gör sin praktik eller skriver sin uppsats på företag) öppna upp för gemensamma forskningsprojekt och djupare samverkansformer givet att lärosätet ser denna interaktionsform som en ingång till företagen.

Mot denna bakgrund vore det också intressant att undersöka vad som får företag att ta steget från enklare och mer direkt tillgängliga interaktionsformer med lägre risk och direkt kostnad till en mer fördjupad, långsiktig samverkan med akademien<sup>133</sup>. Om vi kan identifiera en tröskeleffekt mellan vanliga och mindre vanliga former av interaktion bör vi fråga oss hur innovationssystemets aktörer kan underlätta för företag att ta steget. För att öka vår kunskap om detta skulle en jämförande fallstudie med djupintervjuer lämpa sig väl.

<sup>132</sup> Vilket även föreslås i Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv. För ett exempel på hur detta metodologiskt kan genomföras se: Kempinsky, P., Burman, M., och Johannesson A., 2008, Lokala miljöinvesteringar ger globala avtryck – en utvärdering av information, kommunikation och spridning från den lokala investeringsprogrammen (LIP). Naturvårdsverket Rapport 5806.

<sup>133</sup> Vilket även föreslås i Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor, Svenskt Näringsliv.

## 6 Referenser

### Skriftliga källor

Almega, 2008, *Från labb till hubb – forskning om tjänstesamhället*, Almega.

Almega, 2008, *Innovativa tjänsteföretag och forskarsamhället – omaka par eller perfect match?*, Almega.

Bager-Sjögren, L., 2006, *Forskning och ekonomisk tillväxt – En översikt*, Regleringsbrevsuppdrag nr 2, ITPS.

Filipsson, L. H., Linder, S., 2001, *Kunskap i samverkan – mötet mellan högskola och småföretag*, Företagarnas Riksorganisation

Fremerey, L., 2005, ”Danmarks Erhvervsforskningsbarometer, 2005” Danmarks Erhvervsforsknings Akademi.

Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P., & Trow, M (1994). *The new production of knowledge*. London: Sage.

Högskoleverkets rapport, 2008, *Högskolan samverkar vidare*, 2008:10.

Institutet för tillväxtpolitiska studier, 2008, *Näringslivets tillstånd 2008, Tjänsteparadox skapar tillväxt*, ITPS.

Johannesson, C, Burman, M., Köhlmark J., och Sundin, A., 2008, Svenska gasellföretags nytta av universitet och högskolor – en intervjuundersökning bland 2007 års gasellföretag, Svenskt Näringsliv.

Kander, A, Ejermo, O., och Schön, L., 2007, ”De empiriska paradoxernas upplösning: FoU och tillväxten”, *Ekonomisk debatt*, 2007, årg. 35, nr. 35.

Kempinsky, P., Burman, M., och Johansson A., 2008, *Lokala miljöinvesteringar ger globala avtryck – en utvärdering av information, kommunikation och spridning från den lokala investeringsprogrammen (LIP)*, Naturvårdsverket Rapport 5806.

KK-stiftelsen, 2007, ”Utökad samproduktionskompetens”, brev till berörda rektorer från KK-stiftelsen, 2007-11-14.

KK-stiftelsen, 2008, *Samproduktionen viktigare än resultaten*, i KK-bladet, Nr 3, 2008

KK-stiftelsen, 2008, 24 beviljade projektansökningar och beslutsbrev för programmet ”Utökad samproduktionskompetens”.

Lööf, H., 2008, *Innovationssystem, globalisering och ekonomisk tillväxt*. Underlagsrapport nr 6 till Globaliseringsrådet.

Martin, B., och Salter, A., 1996, The relationship between publicly funded basic research and economic performance. A SRPU review, Science Policy Research Unit, University of Sussex, Brighton.

Nowotny, H., Scott, P. och Gibbons, M., 2001, *Re-Thinking Science: Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty*. London: Polity Press.

Norska forskningsrådet, 2008, "Nasjonal strategi for humanistisk forskning".

Regeringens proposition 2008/09:50, *Ett lyft för forskning och innovation*.

Regeringens proposition 2004/05:80, *Forskning för ett bättre liv*.

Regeringens proposition 1998/99:94, *Vissa forskningsfrågor*, s. 34.

Rider, S., 2008, "Nytten av den akademiska friheten", i *Kulturella perspektiv*, Nr. 2, 2008.

Sandström, U., 2003, "Tvärvetenskap med förhinder", i *Vägar till kunskap. Några aspekter på humanvetenskaplig och annan miljöforskning*. Lars J. Lundgren (red.) Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Förlag Symposium.

Stern, P., et al, 2007, *Vinnovas fokus på effekter – en samlad ansats för effektlogikprövning, uppföljning, utvärdering och effektanalys*. Vinnova VA 2007:14.

SULF, 2006, "Samarbete mellan humanister och näringsliv – kan det mätas?"

Svenskt Näringsliv, 2007, *Ökat välstånd för Sverige, förslag till forskningsstrategi*, Svenskt Näringsliv.

Teknikföretagen, 2008, *Forskning och innovation för konkurrenskraft*. Teknikföretagen.

Vetenskap och Allmänhet, 2008, *Kunskapssynen i Näringslivet*, VA-rapport 2008:4.

Vetenskap och Allmänhet, 2007, *Att mäta samverkan – förslag till indikatorer vid resurstilldelning och akademisk meritvärdering*.

Videnskapsministeriet, 2005, *Det innovativa humaniora og samfundsvidenskab – Oplæg til en forskningspolitisk handlingsplan, 2005*.

### **Intervjuer/mailkommunikation**

Anderman Eva-Karin (Almega)

Anvret Maria (Svenskt Näringsliv)

Barlebo Rasmussen Sören (Copenhagen Business School)

Bolgar Susan (Kultur och Näringsliv)

Braunerhjelm Pontus (KTH)

Geschwint Lars (SISTER)

Göransson Ulla (Vinnova)

Hult Ida (Trendethnography)



Ilmoni Lars (Nutek)  
Jansson Claes (Göteborgs universitet)  
Jarrick Arne (Vetenskapsrådet)  
Lundgren Britta (Umeå universitet)  
Mårtens Pehr (SISTER)  
Nilsson Mikael (KK-stiftelsen)  
Norström Christer (Neron, Stockholm universitet)  
Olsson Silas (Vinnova)  
Strannegård Maria (Electrolux)  
Sörlin Sverker (SISTER)  
Voltaire Fredrik (Svensk Handel)  
Örnberg Berglund Therese (Umeå universitet)

**Hemsidor**

[www.almega.blogg.se/](http://www.almega.blogg.se/)  
[www.almega.se](http://www.almega.se)  
[www.hur.nu](http://www.hur.nu)  
[www.hui.se](http://www.hui.se)  
[www.kkstiftelsen.se](http://www.kkstiftelsen.se)  
[www.mistra.se](http://www.mistra.se)  
[www.nutek.se](http://www.nutek.se)  
[www.sulf.se](http://www.sulf.se)  
[www.svenskhandel.se](http://www.svenskhandel.se)  
[www.svensktnaringsliv.se](http://www.svensktnaringsliv.se)  
[www.teknikforetagen.se](http://www.teknikforetagen.se)  
[www.vinnova.se](http://www.vinnova.se)  
[www.handelshogskolan.se](http://www.handelshogskolan.se)  
[www.ipf.se](http://www.ipf.se)

## Bilaga 1. Innebörden av ”samproduktion”

Idén med samproduktion kan förstås som en vidareutveckling av KK-stiftelsens tidigare avsikt att företag och akademi ska samverka. Stiftelsens stadgar anger att ett ändamål för verksamheten är att ”svara för delfinansiering av sådan forskning vid landets nya universitet och högskolor, som utvecklas i samverkan med det regionala näringslivet och där näringslivet svarar för resterande finansiering. Stiftelsen skall tillse att näringslivets del totalt sett motsvarar minst stiftelsens”. En anledning till att KK-stiftelsen har utvecklat idén med samproduktion är således att samverkan med delad finansiering är en grundsten i dess arbete. Samtidigt är det också så att KK-stiftelsen har sett att det ger hög kvalitet och ”bra verksamhet” i dess satsningar om det finns ett genuint utbyte och samverkan mellan forskare och företag<sup>134</sup>.

I en artikel publicerad i KK-bladet<sup>135</sup>, 2008, redogör Mikael Nilsson, programansvarig för ”Forskningsprojekt i samverkan (HÖG)”, och ”Utökad samproduktionskompetens”, för innebörden av begreppet samproduktion. Enligt Nilsson är samproduktion ”[e]n ännu tätare samverkan mellan högskolorna och företagen. Tidigare har vi krävt att akademien ska samverka med näringslivet. Nu ska de fördjupa integrationen med varandra. Det räcker inte att forskarna tar fram en prototyp som företaget sedan testar. Vi vill att de ska ta fram prototypen tillsammans, utveckla designen tillsammans, föra dagliga diskussioner om konkreta problem. Att de kan växla roller emellanåt.” Den här forskningsmodellen har växt fram ur HÖG-projektens praktik, vilket innebär att den främst har utvecklats inom teknisk och naturvetenskaplig forskning.

Överföringen av samproduktionsmodellen på humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning är således relativt ny, och det är fortfarande oklart exakt vad samproduktion kommer att innebära inom dessa vetenskapsområden och hur en sådan forskningsprocess bäst bör organiseras. Även här förväntas begreppet definieras av praktiken, genom att KK-stiftelsen kan lyfta fram positiva exempel – dvs. genom ”best practice”. Samtidigt understryker Mikael Nilsson, i en dialog med oss, att han är öppen för ”pluralism”, dvs. för att det skall kunna finnas utrymme för olika tolkningar av vad ”samproduktion” innebär.

I jämförelse med mer traditionella samverkansprojekt innebär samproduktion generellt dels en mer djupgående samverkan mellan akademi och näringsliv, dels att denna samverkan pågår i en kontinuerlig process. Med ”djupgående” menar stiftelsen att det måste komma verkliga resurser och innehåll från företagen i form av kunskap och kompetens, som läggs in i samverkan. Processtänkandet innebär att KK-stiftelsen ser på utbytet mellan akademi och näringsliv som något som skall sträcka sig över en längre tidsperiod. Denna skall präglas av ett kontinuerligt utbyte, som förvisso kan skifta i innehåll och form över tid. Exempelvis kan samproduktionen röra ett gemensamt forskningsprojekt i ett skede, för att i nästa skede innebära en kompetensutvecklingsinsats, eller ett utbyte av studenter som senare rekryteras in i företag, eller personalförflyttning osv. Enligt Mikael Nilsson finns det i dagsläget få akademiska miljöer och företag, som har en sådan medveten gemensam ansats - som är både strategisk och långsiktig och som öppnar upp för olika samarbetsformer.

<sup>134</sup> Ibid.

<sup>135</sup> KK-bladet, Nr 3, 2008, ”Samproduktionen viktigare än resultaten”.

När universitet och högskolor funderar över att inleda en samproduktionsprocess är det, enligt Mikael Nilsson, grundläggande att de definierar vad de har möjlighet att erbjuda företag och vad företagen kan erbjuda dem. Med andra ord ser man det från KK-stiftelsens perspektiv som viktigt att man från högskolans/universitetets sida funderar kring den ”portfölj” kring vilken man samarbetar, och att antalet ”partners” och deras behov matchar denna. ”Har vi grundutbildning, forskarutbildning, forskningsfrågor, kompetensutveckling osv. som är intressant?”<sup>136</sup>. Vidare menar Mikael Nilsson att finansiering av den akademiska organisationen bör komma från flera håll, eftersom medfinansiärer och samarbetspartners i olika lägen har olika behov.

Men vad innebär då samproduktion av forskning i praktiken? Jo, en innebörd är att såväl forskare som praktiker deltar i problemformulering och analysarbete. Mikael Nilsson berättar att KK-stiftelsen anser att de som har kunskap om ett problem/möjlighetsområde, och hur detta skall adresseras också bör delta i alla faser av kunskapsutvecklingsprocessen inom området. Detta innebär inte nödvändigtvis att forskare och praktiker måste formulera samma fråga som de vill ha svar på, men om de kan enas om vad de vill uppnå, så kan samma process ändå ge kunskap och kompetens till båda parter, menar Mikael Nilsson.

Samtidigt betonar Nilsson att KK-stiftelsen finansierar forskning, som syftar till teoriutveckling. Detta innebär dock inte nödvändigtvis att endast forskare skall vara involverade i teoriutvecklandet. Nilsson menar att gemensamma publikationer, gemensamma analysmöten, där forskare och praktiker tillsammans drar slutsatser och diskuterar de teoretiska bidragen, eller experiment där företagen driver slutsatserna, men forskaren ger input, kan vara minst lika viktiga för utveckling av god forskning, som forskarledd forskning. Sedan kan det vara så att forskarens produkt av ett samproduktionsprojekt oftast är rapporter, artiklar, konferenser, utbildning av studenter osv., medan företagets produkt oftast är utveckling av processer, hur de driver verksamheten, hur de ser på sin marknad eller hur de utvecklar sina produkter. Men det behöver, enligt Nilsson, inte alltid vara så. ”Så, forskning där företagen påverkar eller skriver analysen är inte självklart konsultverksamhet, eller dålig forskning.”<sup>137</sup>

I andra satsningar ser KK-stiftelsen till andra kriterier. I kompetensutvecklingsinsatser så är det t.ex. viktigt att se vem som är mottagare och vilket intresse denne har av en viss kunskap – ”där blir ju möjligheten att ta betalt en indikator om kunskapens och kompetensens relevans”<sup>138</sup>.

KK-stiftelsen följer kontinuerligt upp att de projekt som de finansierar verkligen bedrivs i samproduktion. På frågan hur KK-stiftelsen får forskarna i HÖG-projekten att samproducera enligt det recept som beskrivs ovan, svarar Nilsson: ”[g]enom att begära det. Utöver en vetenskaplig plan begär vi även en detaljerad plan över hur samproduktionen ska se ut. Där tittar vi inte minst på rent fysiska förutsättningar. Hur ser infrastrukturen ut, sitter de i samma

<sup>136</sup> Mail svar från Mikael Nilsson ansvarig för KK-stiftelsens samproduktionsprogram, 2008-10-20.

<sup>137</sup> Ibid.

<sup>138</sup> Ibid.

byggnad? Vilken kompetens har de gränsgångare som ska vandra mellan akademi och industri? Planen följs sedan upp.”<sup>139</sup>

På frågan vad som är viktigast, forskningsresultaten eller samproduktionen, svarar Mikael Nilsson att KK-stiftelsens fokus inte ligger på forskningsresultaten. KK-stiftelsen gör visserligen en vetenskaplig bedömning innan de anslår medel som anger vetenskaplig potential, men där ligger inte deras förmåga, enligt Nilsson. ”Det vi däremot aldrig släpper blicken på är hur samproduktionen går till. Där ligger vårt stora intresse. Och då menar jag inte om de har haft en stor konferens, utan hur samproduktionen har sett ut från dag till dag. Hur miljön ser ut. Hur de har samarbetat kring konkreta produktlösningar. Vad har det funnits för intellektuella eller kulturella hinder.”<sup>140</sup>

Anledningen till varför KK-stiftelsen upplever samproduktion som så viktig är, enligt Mikael Nilsson, att denna process driver fram bättre kvalitet i forskningen som blir mer näringslivsrelevant. Det är inte så att forskaren är överordnad företaget, och inte tvärtom heller. Forskare och företag ser olika dimensioner av frågan och bidrar med olika kunskap och kompetens. Genom att kombinera detta anser KK-stiftelsen att kunskapsutvecklingen blir bättre.

---

<sup>139</sup> KK-bladet, Nr 3, 2008, ”Samproduktionen viktigare än resultaten”.

<sup>140</sup> Ibid.

## *Bilaga 2 Ett nordiskt exempel: hur man har arbetat i Danmark*

Som tidigare nämnt saknar vi idag en kartläggning av hur forskning inom humaniora och samhällsvetenskap samverkar med och/eller nyttiggörs av svenskt näringsliv. När vi efterfrågade sådana studier, bl.a. från representanter för SISTER<sup>141</sup> och KK-stiftelsen, blev vi istället hänvisade till två danska rapporter. Dessa lyfter fram humanioras och samhällsvetenskapernas viktiga roll för tillväxt och innovation i Danmark och visar på hur samverkan mellan dessa ämnesområden och danskt näringsliv ser ut. De två rapporterna presenteras kortfattat nedan i syfte att ge inspiration till hur vi i Sverige skulle kunna ge mer uppmärksamhet åt och satsa strategiskt på forskning inom humaniora och samhällsvetenskap till gagn för innovation och tillväxt i svenskt näringsliv.

Den första rapporten, ”Det innovativa humaniora og samfundsvidenskab – Oplæg til en forskningspolitisk handlingsplan, 2005”, är utgiven av det danska Videnskabsministeriet och lyfter fram fyra områden där mötet mellan humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning och näringsliv kan bli särskilt fruktsamt och som Danmark därför bör investera speciellt i:

- Marknadsförståelse och konsumentdriven innovation (branding, identitet, symbolism, systemdesign)
- Den globala verkligheten (kunskapsdelning, globala nätverk, språk och kulturförståelse)
- Innovation och kreativitet (organisering och ledarskap av forskningsaktiviteter i företag, språkteknologi, lärande, och vidareutbildning)
- Upplevelseekonomi (turism, lek, lärande, design, kultur och kulturarv)

Dessa fyra teman har identifierats av en oberoende arbetsgrupp<sup>142</sup>, vars rekommendationer medverkade till att danska staten under 2006 beslutade att avsätta 78 miljoner danska kronor till strategisk forskning inom dessa fyra områden<sup>143</sup>. Under 2008 utlystes dessa medel i fri konkurrens av en strategisk forskningskommitté. I bedömningen lades stor vikt på relevans och nytta för näringslivet, och en hög forskningsmässig nivå. Därutöver lades vikt på forskningens internationella dimension, på att den genomförs i ett integrerat samspel mellan offentlig och privat forskning, och på medfinansiering<sup>144</sup>.

Den andra rapporten ”Danmarks Erhvervsforskningsbarometer, 2005”<sup>145</sup> redovisar en mätning av samarbetet mellan näringsliv och forskning inom humaniora och samhällsvetenskap i Danmark. Barometern är framtagen av Danmarks Erhvervsforsknings

<sup>141</sup> Institutet för studier av utbildning och forskning

<sup>142</sup> Arbetsgruppen inkluderade både forskare inom humaniora och samhällsvetenskap och representanter för danskt näringsliv.

<sup>143</sup> Samtidigt som många positiva aspekter av näringslivsriktad forskning som utövas i samverkan med företag lyfts fram i de bägge danska rapporterna understryks också att näringslivsriktad forskning baseras på grundforskning. Därför poängterar man även vikten av att stötta och främja den långsiktiga grundforskningen inom humaniora och samhällsvetenskap. Utan denna skapas inte den unika kunskap, som sedan kan vidareutvecklas i samarbete med de företag som har användning för den i deras vardag.

<sup>144</sup> <http://fi.dk/raad-og-udvalg/det-strategiske-forskningsraad/programkomiteer-dsf/programkomiteen-det-kreative-og-innovative-samfund/> (2008)

<sup>145</sup> Tillgänglig via följande länk: <http://www.sister.nu/pdf/DanmarksErhvervsforskningsbarometer%202005.pdf>

---

Akademi, DEA. Åtta universitet är involverade och undersökningen omfattar cirka 700 konkreta projekt.

Barometern syftar till att beskriva omfattningen av näringslivsriktad,<sup>146</sup> eller relevant, samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning utförd i aktivt samarbete med – och med externa resurser från – den privata och offentliga sektorn, antingen i form av tid och/eller pengar. Näringslivsriktad forskning definieras i den danska rapporten som forskning som ger värde åt en extern part, men som samtidigt mycket väl kan tjäna ett grundvetenskapligt syfte. Aktivt samarbete innebär att både forskaren och den externa parten – som såväl kan vara från den privata som den offentliga sektorn – tar aktiv del i forskningens igångsättande och genomförande och/eller kan dra nytta av resultaten.

Exempel på samarbeten som omfattas av denna definition är utrednings- och konsultarbeten beställda av en extern kund, samfinansierade doktorandprojekt, EU-projekt med krav på företagsdeltagande och liknande. Däremot omfattas inte t.ex. sponsrad forskning, dvs. forskning där en extern part finansierar forskningen utan att ställa krav på forskningens igångsättande, genomförande och användning, eller intervjuer i förbindelse till ett forskningsprojekt, av definitionen.

Danmarks näringslivsbarometer 2005 var när den kom nydanande, eftersom den för första gången satte siffror på näringslivsforskningssamarbete inom humaniora och samhällsvetenskap. En rad konkreta fall ger insikt i hur och vad det samverkas om. Rapporten visar att det handlar om långt fler samverkansprojekt med både stora och små företag än vad man tidigare hade trott ägde rum i Danmark.

Under 2006 var Lars Fremerey, DEA:s projektledare för barometern, på besök i Sverige för att tala vid ett seminarium arrangerat av Institutet för studier av utbildning och forskning (SISTER) för potentialen i näringslivssamarbete i allmänhet och för en Hum-Sam-barometer i synnerhet<sup>147</sup>. I en artikel publicerad på Sveriges Universitetslärarförbunds (SULFs) hemsida återges delar av diskussionen om barometern<sup>148</sup>. Vi skall kortfattat lyfta fram huvudlinjerna i denna diskussion (efter SULF artikeln) i det som följer, eftersom den ger en inblick i vissa av de attityder som fanns till en eventuell svensk motsvarighet till den danska barometern. Dessa kan nämligen vara bra att ha med sig om man vill försöka införa en sådan i Sverige idag.

SISTER:s senior researcher Peter Schilling inledde med att anknyta till senaste årets svenska (medie)debatter om humaniora i kris och under press<sup>149</sup>. Han citerade en krönika i tidskriften ”Tvärsnitt” där humaniora i övriga Europa beskrivs som viktigt och vibrerande, till skillnad från hur den under denna tid utmålades i Sverige. Och frågan hur humaniora och samhällsvetenskap kunde ta plats som ”nyttig” – i vid mening och inte bara kommersiellt – även i Sverige restes under seminariet.

---

<sup>146</sup> På danska: ”ehrvvervrettet” forskning.

<sup>147</sup> Samarbete mellan humanister och näringsliv – kan det mätas?<sup>147</sup> (SULF arkiv 2006)

<sup>148</sup> Ibid.

<sup>149</sup> Ibid.

Lars Fremerey berättade att det även i Danmark hade förts debatter kring sådant som humanioras kris och forskare som isolerar sig i elfenbenstorn<sup>150</sup>, och att det också i Danmark fokuserades på högteknologisk forskning. Precis som i Sverige, beskrevs Danmark som det lilla landet som måste bli ”bäst i världen” på forskning för att kunna möta globaliseringen. Frågan som diskuterades under seminariet var om samarbete med näringslivet kunde vara en väg att ta humaniora och samhällsvetenskap ur de med jämna mellanrum påtalade kriserna och visa på dessa ämnens relevans? Och om i så fall en näringslivsforskningsbarometer skulle kunna vara ett verktyg för att både uppmuntra och mäta ett sådant samarbete?

I redogörelsen från mötet, som finns publicerad på SULF:s hemsida, står att läsa att Arne Jarrick, då biträdande huvudsekreterare för humaniora och samhällsvetenskap vid Vetenskapsrådet, och en av dem som bjudits in att kommentera rapporten, sade sig vara ”mycket skeptisk” till ett utökat samarbete mellan humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning och näringsliv. ”Vad som är positivt däremot är att DEA försöker peka ut relevansen med samhällsvetenskap och humaniora”, sade Jarrick och kom med ett eget exempel: Om USA hade vetat mera om hur man ockuperar ett land hade det kanske inte blivit någon invasion av Irak.

Jarrick tyckte vidare att DEA-projektet synliggjorde tendensen att det som uppmärksammas alltid är det konkreta, påtagliga forskningsresultatet, som mobiltelefoner. De sex fördjupade ”casen” i Fremereys barometer kan alla ses som tillämpad forskning. ”Visst måste det finnas samarbete, mellan näringsliv och forskning, men se upp så att det inte byggs ut. Riktig forskning tar tid och man måste tänka på alternativkostnaden, vad är det för forskning man inte gör, på grund av samarbetet?” undrade Jarrick och Lars Fremerey försäkrade att denna skepsis även återfanns bland många danska forskare.

Ingrid Elam, områdesprefekt för konst, kultur och kommunikation vid Malmö Högskola, inledde med att, till skillnad från Arne Jarrick, deklarerar sig som grundläggande positiv, ”verkligheten har helt enkelt tvingat mig att vara det”. ”Enda möjligheten för Malmö Högskola att få forskningsvolym är extern finansiering”, påpekade hon och berättade om den kulturchock hon fått av att komma till Malmö. Detta som ”ärkehumanist”, påverkad av en kultur inom humaniora som, åtminstone förr, närmast satt en ära i att inte vara samhällsrelevant. Elam förde även fram att det finns en risk med forskning finansierad av näringslivet nämligen att denna finansieringsform är konjunkturkänslig.

”Problemet idag med näringslivssamarbete och extern finansiering är att det är så konjunkturkänsligt, för två-tre år sedan fanns dubbelt så mycket pengar hos oss i Malmö, men de försvann med it-bubblan. Och man kan så att säga inte ens lita på konjunktursvängningar, de försvunna pengarna har (ännu) inte kommit tillbaka till Malmö högskola, trots att det åter är högkonjunktur, åtminstone på börsen.”

Britta Lundgren, professor i etnologi från institutionen för kultur och medier vid Umeå universitet, definierade sig som ”försiktigt positiv” för näringslivssamarbete och berättade som exempel på redan existerande ”good practice” hur Umeå universitet utbildar kulturanalytiker som ska konkurrera med börsanalytiker om att bedöma företag. ”Och trots att de är kritiska granskare av företagen och kan kasta grus i maskineriet har det varit lätt för dem

<sup>150</sup> Ibid.

att få praktikplatser.” Lundgren gav således ett exempel på att akademien kan samverka med näringslivet med bibehållen integritet.

Sammantaget fanns såväl negativa som positiva attityder till en utökad samverkan med näringslivet bland de deltagande forskarna. Detta visar att en öppen diskussion som tar upp viktiga frågor som just forskningens integritet bör föras för att få till stånd attitydförändringar inom akademien. Enligt SULF-artikeln kom mötesdiskussionen att handla mer om Sverige och svenska exempel, än om behovet av någon framtida svensk barometer. Men givet den utveckling som vi går mot verkar samverkan med näringslivet bli en allt viktigare del av universitetets uppgifter. Och då kanske behovet av en samverkansbarometer återaktualiseras. Om så är det möjligt att hämta inspiration från den danska rapporten som innehåller en utförlig beskrivning av metod, inklusive enkätfrågor.