

Erhvervsforskningssamarbejde tager tid

DJØF og DEA har taget trykket på, hvordan det er gået med erhvervsforskningen gennem 2007.

Virksomhederne er tilfredse, men forskerne har ikke tid nok, er nogle af resultaterne i erhvervsforskningsbarometeret

FORSKNINGSMETROLOGI

Af Christina D. Tvarnø

DJØF (Danmarks Jurist- og Økonomforbund) og DEA (Danmarks ErhvervsforskningsAkademi) har nu for tredje gang udgivet rapporten "Danmarks Erhvervsforskningsbarometer". De har undersøgt og kortlagt erhvervslivets forskningssamarbejde med den samfundsvidenskabelige og humanistiske forskning i 2007.

Af rapporten fremgår det især, at erhvervsforskningen er en klar fordel for de virksomheder, der har deltaget i den. Virksomhederne har forbedret konkurrenceevnen og identificeret nye strategiske indsatsområder, ligesom de har fået forbedret deres kerneydelser og innovationsevne.

Det er ikke kun erhvervsvirksomheder, der samarbejder med forskerne. En lang række offentlige institutioner har også haft stort udbytte af forskningssamarbejdet med universiteternes forskere. Tre ud af fire institutter har i løbet af 2006 haft forskningssamarbejde med det offentlige og lidt over halvdelen med en privat virksomhed.

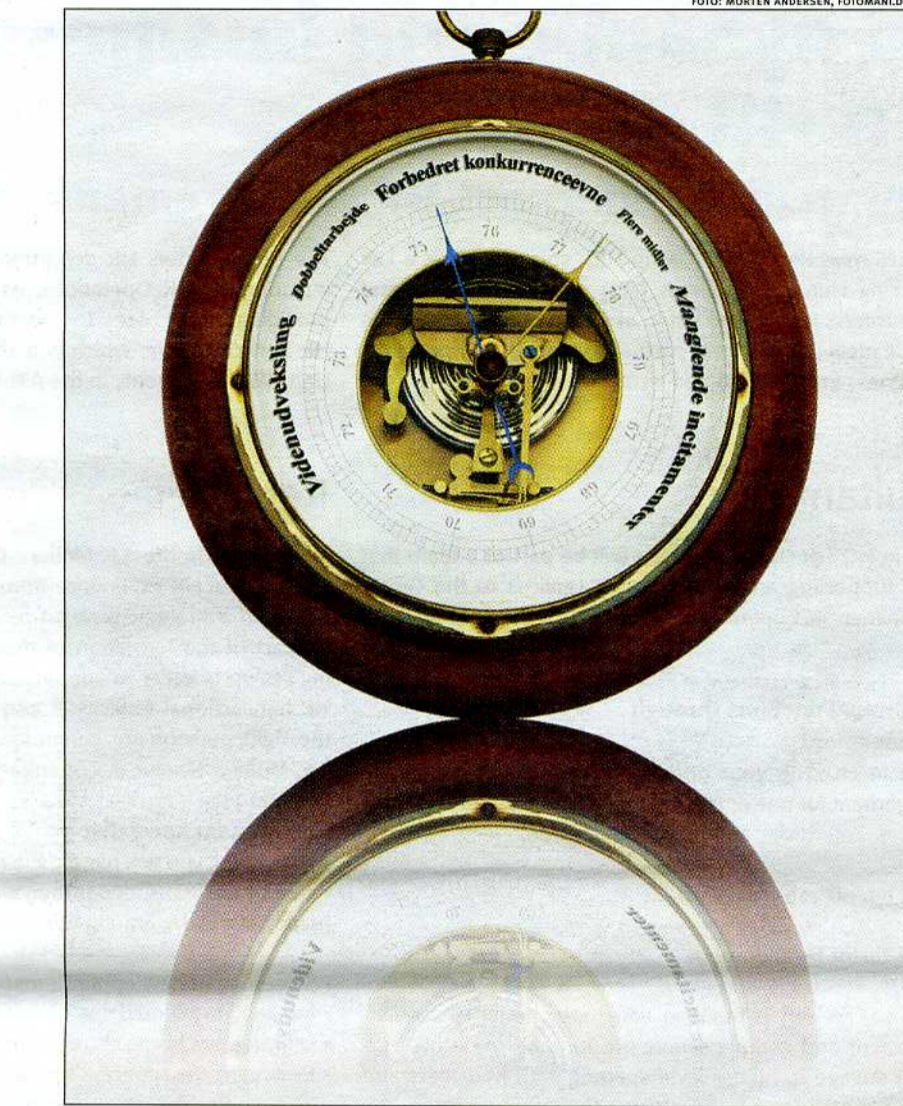
Ifølge forskningsbarometeret ønsker 92 procent af de virksomheder, der allerede har deltaget i erhvervsforskning, at indgå i nye samarbejder. Det er relevant for CBS, for i fremtiden bliver evnen til at få finansieret forskning eksternt et vigtigt parameter i konkurrencen om tildeling af blandt andet basismidler.

Det er ikke kun en fordel for virksomhederne og myndighederne at indgå i forskningssamarbejderne, det gælder også for universiteterne. De får tilført økonomiske midler, som nævnt en indikator til fordeling af basismidler i fremtiden, og samtidigt opstår der idéer til nye og eksisterende forskningsområder.

Tidsrøver uden merit

Flere institutledere udtaler ifølge forskningsbarometeret, at erhvervsforskningssamarbejder langt fra giver lettjente penge for universiteterne. Der er en del administrative omkostninger forbundet med det, og det er heller ikke omkostningsfrit for den enkelte forsker. Erhvervsforskningssamarbejder er en tidsrøver af de store.

- Der skal bruges meget tid - på at holde møder med en erhvervsvirksomhed, på at udarbejde planen for forskningens gennemførelse, på at præsentere resultaterne for samarbejdspartneren og på at skrive forskningsrapport til virksomheden, fortæller Lars Fremerey fra DEA, som har været med til at



Barometeret viser udsigt til det omskiftelige. Umiddelbart vil der være medvind og vindfald, men senere bliver der strid modvind i arbejdsbyrden og på sigt lavtryk over karrierestigen.

udarbejde barometeret.

Dertil kommer, at den forbrugte tid ikke belønnes, når man som forsker siden skal søge fast stilling. Her vægtes videnskabelige forskningspublikationer langt højere end den kontakt, man har skabt til erhvervslivet.

Ifølge barometeret nærmere straffer end belønner universiteternes incitamentsstruktur forskerne for at indgå i erhvervsforskningssamarbejde. Dette skyldes ifølge Lars Fremerey, DEA, at det værdifulde arbejde, der ligger i at opdyrke, etablere og gennemføre et samarbejde med en ekstern, ikke på samme måde som publicering i a-journals er meriterende i universiteternes nuværende incitamentssystem.

- Der mangler incitament i systemet, så den tid, det tager at indgå i eksternt finansieret erhvervsforskning, også bliver meriteren-

de, påpeger Lars Fremerey.

Underkendt dobbeltarbejde

Flere forskere giver i rapporten udtryk for frustration over, at man ved erhvervsforskningssamarbejde både skal skrive forskningsartikler og skabe ekstern videndeling.

- Man kan sige, at de mange forskere, der i dag vier deres tid til det eksterne samarbejde, er ildsjæle. Særligt unge erhvervsforskere, der endnu ikke har fået en fast stilling, risikerer at komme bagerst i køen til de faste stillinger, fordi den eksterne formidling ikke på samme måde som publicering i a-journals er meriterende, forklarer Lars Fremerey.

For at opnå forskningsmæssig anerkendelse for erhvervsforskningssamarbejdet er det ikke nok at skrive en rapport med forskningsresultaterne til erhvervsvirksomhederne.

Det skyldes, at forskningsrapporter ikke giver merit. Så først skal forskeren skrive sin rapport til virksomheden. Derefter skal forskeren udarbejde en meritgivende og gerne internationalt publiceret forskningspublikation. Og det er kun forskningspublikationen, der har den store betydning for fastansættelse og forfremmelse, ikke rapporten til virksomheden. Ikke som sagerne står i dag.

- DJØF mener ikke, at dette dobbeltarbejde, som forskerne er nødt til at lave for at imødekomme ønsket om en styrkelse af erhvervsforskningen, er rimeligt, siger Ole Bech Lykkebo fra DJØF, der har været med til at udarbejde barometeret. Han suppleres af Lars Fremerey:

- En løsning på dette kunne være at tage den eksterne videndeling med i de indikatorer, der fremover skal have indflydelse på fordelingen af basismidler. Hvis man vil tilskynde ekstern finansieret forskning og erhvervsforskningssamarbejde, så bør dobbeltarbejde undgås og formidlingen til erhvervslivet belønnes højere. Det er en væsentlig konklusion af erhvervsforskningsbarometerets analyser.

De rette incitament

- Meningen med erhvervsbarometeret er at råbe beslutningstagerne op. Fra regeringens side ønsker man et øget videnssamspil mellem virksomheder og universiteter. Men viljen til at rette op på incitamenterne svigter, siger Ole Bech Lykkebo fra DJØF og fortsætter:

- Hvis man virkelig ønsker denne videndeling, så er man også fra politisk side nødt til at sikre universiteterne økonomi til at forandre incitamentsstrukturen, så forskerne reelt får tid til at indgå i erhvervsforskningssamarbejder. Pengene kunne regeringen og Folketinget jo for eksempel finde, når globaliseringsmidlerne for 2009 og frem skal udmøntes. For der skal naturligvis være tale om aktivt at afsætte en ny ekstrabevilling, ikke om at reservere en pulje, der skæres ud af i forvejen udpinte taksametre.

Ifølge Ole Bech Lykkebo ville den konkrete udmøntning af pengene nok ske bedst decentralt, så der kan ske medarbejderinddragelse og tages højde for lokale ønsker. Han kunne så forestille sig, at universiteterne benytter merbevillingen, der hentes på erhvervsforskningsarbejder, på at fastansætte flere forskere, så undervisningsforpligtelsen kan deles af flere. Det igen ville kunne gøre det muligt for den enkelte forsker, der deltager i erhvervsforskningssamarbejder, at få sine undervisningsforpligtelse reduceret i en periode som kompensation for den ekstra tid, der er forbundet med erhvervsamarbejdet.

Erhvervsforskningsprojekter på CBS

FAKTA

Af Christina D. Tvarnø

At erhvervslivets eget universitet er involveret i nævneværdige erhvervsforskningssamarbejder kan næppe undre. Danmarks Erhvervsforskningsbarometer 2007 omtaler tre forskningsprojekter, der involverer forskere fra CBS.

Forskningsprojektet RESPONSE omhandler social ansvarlighed og styres af forskere fra CBS, heriblandt professor Peter Neergaard, Institut for Produktion og Erhvervsøkonomi. Projektet gennemføres sammen med forskere fra INSEAD i Frankrig, Bocconi Universitetet i Milano og Academy i Warszawa. RESPONSE projektet har været i gang siden 2003, og 18 virksomheder i forskellige størrelser, fra forskellige brancher og

forskellige lande deltager, herunder blandt andre Novozymes, Grundfos, Shell, Unilever og Heineken.

Forskningscentret DUCI lab (Danish User-Centered Innovation lab) på CBS samarbejder med forskere fra Aarhus School of Business og MIT samt virksomhederne Coloplast, Novo Nordisk, B&O, LEGO og IO Interactive om brugerdriven innovation. DUCI lab har eksisteret siden 2006 og er

oprettet med støtte fra Økonomi- og Erhvervsministeriet.

Endelig er der det tværfaglige forskningsprojekt "Spin eller Fair Snak - når fødevarer taler", der blandt andet omfatter jurister, sprog- og markedsføringsforskere fra CBS, fødevarsociologer fra Københavns Universitet og virksomhederne SuperGros, Arla, Lantmännen-Schulstad Brød og Toms Chokolade samt Danmarks Aktive Forbrugere

og Forbrugerrådet. Projektet undersøger, hvordan emballagen på de fødevarer, vi køber, kommunikerer til os som forbrugere, og hvordan man som producent formidler sundhed, kvalitet og indhold så lidt vildledende som muligt. Projektet er finansieret af Statens Strategiske Forskningsråds Programkomite for Fødevarer og Sundhed.