



Nyttiggörande av forskningsresultat från akademi till näringsliv -

En studie om kopplingen och samverkan mellan de två aktörerna akademi och näringsliv för ökad kunskapsöverföring samt nyttiggörande av forskningsresultat, för att göra Sverige mer konkurrenskraftigt i världen.

Kandidatuppsats 15 hp

Inriktning STS

Företagsekonomiska institutionen

Uppsala universitet

VT 2022

Datum för inlämning: 2022-06-03

Linnea Abrahamsson

Handledare: Chelsey-Jo Huisman

Sammanfattning

I världen idag krävs det en samverkan mellan näringsliv, akademi och det offentliga rummet för att driva innovation framåt, öka ekonomiska tillväxten samt vidareutveckla samhället. Det finns även en lagstiftning som menar att forskningsresultat vid svenska akademier skall komma till nytta i samhället, men detta uppfylls inte enligt ett flertal källor. Denna rapport syftar därför till att undersöka hur akademi och näringsliv ska samverka, för att öka värdeskapande och nyttiggörande av forskningsresultat i Sveriges näringsliv. Till grund för rapportens analys och slutsats så finns dels teori kring begreppen värdeskapande och samverkan, men även ett empiriskt underlag baserat på intervjuer med personer från respektive aktör. Svårigheterna som lyfts från det empiriska underlaget är kopplade till att samverkan sker för sent i processen att gå från forskningsresultat till färdig implementerad produkt, vilket lett till olika förväntningar på vad värde är samt inte gett aktörerna de förutsättningar som behövs för att lyckas med nyttiggörandet av forskningsresultaten. Vidare menar båda aktörerna att de kulturella skillnader som finns sinsemellan inte är lätta att överbrygga, vilket är varför en plattform där båda aktörerna verkar presenteras som en lösning. Detta skulle enligt båda parterna underlätta kontakten sinsemellan samt agera som väg mellan den akademiska världen och näringslivet. Vidare önskar båda aktörerna att det skulle vara mer meriterande att ha erfarenhet från båda aktörerna, och att detta skulle värdesättas mer än det gör idag, för att uppmuntra personer att få erfarenhet från aktörerna för att sedan underlätta samverkan. Båda parterna efterlyser också en större kontinuitet i kontakten mellan akademi och näringsliv, vilket dock problematiseras genom att det kan hota den fria forskningen som är viktigt för några av de personer som intervjuats för denna rapport. Sammanfattningsvis är aktörerna överens om att detta är ett viktigt ämne för Sveriges konkurrenskraft i världen och att en ökad transparens och kommunikation skulle vara värdefullt för samverkan, och därmed förhoppningsvis kunna öka nyttiggörandet av forskningsresultat i Sveriges näringsliv.

Innehållsförteckning

Introduktion	2
Syfte	3
Frågeställning	3
Förtydligande	3
Teoretiskt ramverk	4
Centrala begrepp	4
Värdeskapande och medskapande av värde	4
Modell för värdeskapande	5
Samverkansteori	7
Analysverktyg för nyttiggörande	8
Metod	10
Forskningsansats	10
Forskningsmiljö	10
Forskningsdesign	10
Insamling av data	12
Analys av data	12
Trovärdighet och tillförlitlighet	12
Empiri	14
Akademi	14
Värde och värdeskapande	14
Roller och samverkan	16
Näringsliv	18
Värde och värdeskapande	19
Roller och samverkan	20
Analys	24
Sammanställning	24
Analys utifrån analysverktyget	25
Värde och värdeskapande	25
Roller och samverkan	26
Samverkansmetoder	26
Slutsats	28
Referenslista	30
Appendix A	32

1. Introduktion

Enligt Etzkowitz and Leydesdorff (1995) kan dagens samhälle delas upp i tre aktörer, kopplade till kunskap och innovation, nämligen: näringsliv, akademi och det offentliga rummet, som tillsammans kallas för en trippel helix. Samverkan mellan de tre aktörerna är vitalt för att driva vidare innovation och utveckling av samhället (Etzkowitz och Leydesdorff, 1995). Även i ett uttalande från Europeiska kommissionen (2003) menar Ján Figel att samverkan mellan framförallt akademi och näringsliv är viktigt för utvecklingen av samhället och den ekonomiska tillväxten, och därmed även viktigt för att skapa konkurrenskraft i världen. I Sverige finns det även sedan 1992 en högskolelag som säger att det i akademins uppgift ingår att samverka med det omgivande samhället samt att akademien skall verka för att forskningsresultat tillkomna vid akademien kommer till nytta (Högskolelag 1992:1434, 1992).

Trots detta, så är samverkan mellan näringsliv och akademi, enligt en utredning gjord 2020 i Stockholm av Statens Offentliga Utredningar, vidare nämnt som SOU, bristfällig och behöver vidareutvecklas för att öka nyttiggörandet av forskningsresultat producerade vid svenska akademier (SOU 2020:59, 2020). Utredningen, vid namn "Innovation som drivkraft - från forskning till nytta", vidare nämnd som Innovationsutredningen, menar att nyttiggörande av forskning är det som krävs för att ytterligare stärka Sveriges konkurrenskraft i världen. Vidare menar Edquist och Flodström att de två aktörerna, akademi och näringsliv, har skillnader kopplade till normer och kulturer, vilket kan påverka förmågan att samverka sinsemellan (1997). Edquist och Flodström menar dock att dessa skillnader inte bara skapar hinder, utan även möjligheter om de tas till vara på rätt sätt. Vidare menar Kungliga IngenjörsvetenskapsAkademiens VD, Tuula Teeri, att den bristfälliga samverkan mellan aktörerna delvis grundas i avsaknaden av incitament för nyttiggörande av forskningsresultat (Teeri, 2021). Ytterligare en sida av problemet med samverkan mellan akademi och näringsliv belyses i en undersökning av Emil Görnerup för Svenskt Näringsliv (2018) där problemet med kulturskillnader mellan de två aktörerna och oförmåga att hitta gemensam mark för samverkan tas upp. Även det faktum att Sverige är ett av de länder i Europa som spenderar störst andel av sitt BNP på FoU bidrar till en önskan att dessa investeringar kommer till nytta, i form av nyttiggörande och värdeskapande av forskningsresultaten (SOU 2020:59, 2020). Därför utreds i denna rapport hur aktörerna akademi och näringsliv kan öka samverkan sinsemellan, för att utnyttja och skapa värde av de forskningsresultat som produceras vid akademierna i Sverige på bästa sätt inom svenskt näringsliv. Till hjälp för rapporten har Kungl. IngenjörsvetenskapsAkademiens projekt Research2Business varit till stor inspiration samt används som källa för intervjuobjekt. Vidare information om projektet går att hitta i kapitel 3.

1.1. Syfte

För att skapa ett konkurrenskraftigt Sverige krävs att vi tar till vara på den forskning som bedrivs på akademierna i landet. Där krävs en samverkan mellan de två aktörerna akademi och näringsliv, för att öka nyttiggörandet av forskningsresultat från akademi till näringsliv. Vidare kan begreppet nyttiggörande konkretiseras till att undersöka värdeskapande och samverkan, varför denna rapport därför verkar för att undersöka vad de respektive aktörerna, akademi och näringsliv, kan göra för att underlätta denna samverkan, med värdeskapande som fokus. Detta kommer slutligen möjliggöra att svara på frågan hur ökad nyttiggörande av forskningsresultat kan nås.

1.2. Frågeställning

Hur kan forskare vid akademier samt näringslivspersoner inom näringslivet öka samverkan mellan varandra, för att öka värdeskapandet och slutligen nyttiggörandet av forskningsresultatet i Sveriges näringsliv?

1.3. Förtydligande

I denna rapport förekommer begreppen nyttiggörande, värdeskapande och samverkan flertalet gånger, att skilja på dessa begrepp är därför viktigt för förståelsen av studiens innehåll och syfte.

Definitionerna för nyttiggörande och samverkan, för denna uppsats, grundar sig i Chalmers vicerektor för nyttiggörande, Fredrik Hörstedt, där han i en intervju för Kungliga

IngenjörsvetenskapsAkademien (Rönneberg, 2021) menar att samverkan är ett förhållningssätt och en metod för att nå att forskning i större grad nyttiggörs. Vidare menar Hörstedt att samverkan även har en bredare klang som innefattar stora delar av akademien och näringslivet, medan nyttiggörande fokuserar på forskningsresultat och överföringen till samhället och näringslivet på ett effektivt och hållbart sätt för att resultaten skall komma till nytta. Detta innebär alltså att nyttiggörande är ett enkelriktat begrepp, från forskning till näringsliv, till skillnad från värdeskapande som är ett dubbelriktat begrepp. Värdet kan alltså öka för båda parterna vid samverkan och det blir därför viktigt att se till båda aktörernas perspektiv och värdeskapande process.

För uppsatsen kommer nyttiggörande av forskningsresultat ses som slutmålet, men detta nås genom att öka värdeskapandet och samverkan mellan parterna akademi och näringsliv. Det teoretiska ramverket bygger därför på värdeskapande, dess process samt samverkansteori, medan slutsatsen har ett större fokus på nyttiggörande. De empiriska exempel som presenteras kommer även de ha fokus på värdeskapande och samverkan.

2. Teoretiskt ramverk

I detta kapitel presenteras grundläggande teori för rapporten. Till en början tas de centrala begreppen värdeskapande och medskapande av värde upp för att lägga en grundförståelse. Detta blir viktigt då senare analysmodellen som sedan presenteras är beroende av specifika definitioner av begrepp mm. Vidare presenteras analysmodellen som ligger till grund för analysen i denna studie. Modellen som är utformad av Grönroos och Voima (2013) syftar till att analysera värdeskapande mellan företag och kund samt dess roller och interaktion. Slutligen tas samverkansteori upp, framförallt kopplat till de två utvalda aktörerna, akademi och näringsliv, samt en sammanfattning av teorin som mynnar ut i ett nytt analysverktyg som kommer användas till analysen av det empiriska materialet i rapporten.

2.1. Centrala begrepp

I detta avsnitt presenteras begreppen värdeskapande och medskapande av värde. Värdeskapande är ett komplext begrepp som innefattar flera synsätt på värde och hur det skapas. Eftersom att ett stort fokus av denna rapport är värdeskapande presenteras nedan en djupare förklaring och definition till begreppet.

2.1.1. Värdeskapande och medskapande av värde

Synen på värdeskapande kan delas upp i två delar, transaktionsorienterad och produktionsorienterad (Ravald, 2008). Den transaktionsorienterade synen på värdeskapande fokuserar på det upplevda värdet hos kunden, och bestäms genom att jämföra de upplevda fördelarna och de upplevda uppoffringarna som produkten eller tjänsten ger i samband med anskaffning av denna. Det egentliga värdet kalkyleras senare i processen, när produkten eller tjänsten har använts och testats. Detta göra att synen på värde och värdeskapande är subjektiv, då det oftast handlar om förväntningar och tidigare uppfattningar kring produkten eller tjänsten.

Den andra synen på värdeskapande, produktorienterad, fokuserar mer på värdet i en produktionskedja, alltså tidigare än kundens upplevda värde. I det här synsättet ses kunden endast som ett objekt som antingen köper produkten eller tjänsten eller inte. Dock menar Ravald (2008) att dessa synsätt är föråldrade och att de två synsätten borde utvecklas till relationssyn respektive kundsyn, alltså produktionsorienterade synen som fokuserat på hur det slutgiltiga värdet när kunden köper produkten eller tjänsten kan maximeras, istället borde fokusera på hur värdet för kunden uppkommer. Samt att transaktionsorienterade synen som fokuserat på det upplevda värdet hos kunden istället borde ha ett helhetsperspektiv med relationen mellan företag och kund i fokus samt involvera erfarenheter.

Vidare i studien kommer värdeskapande ses utifrån transaktionsperspektivet men med öppen tolkning, alltså att kunden är en del i den värdeskapande processen, men att fler parametrar än så inkluderas. Nedan följer en vidareutveckling av begreppet värdeskapande, nämligen begreppet medskapande av värde.

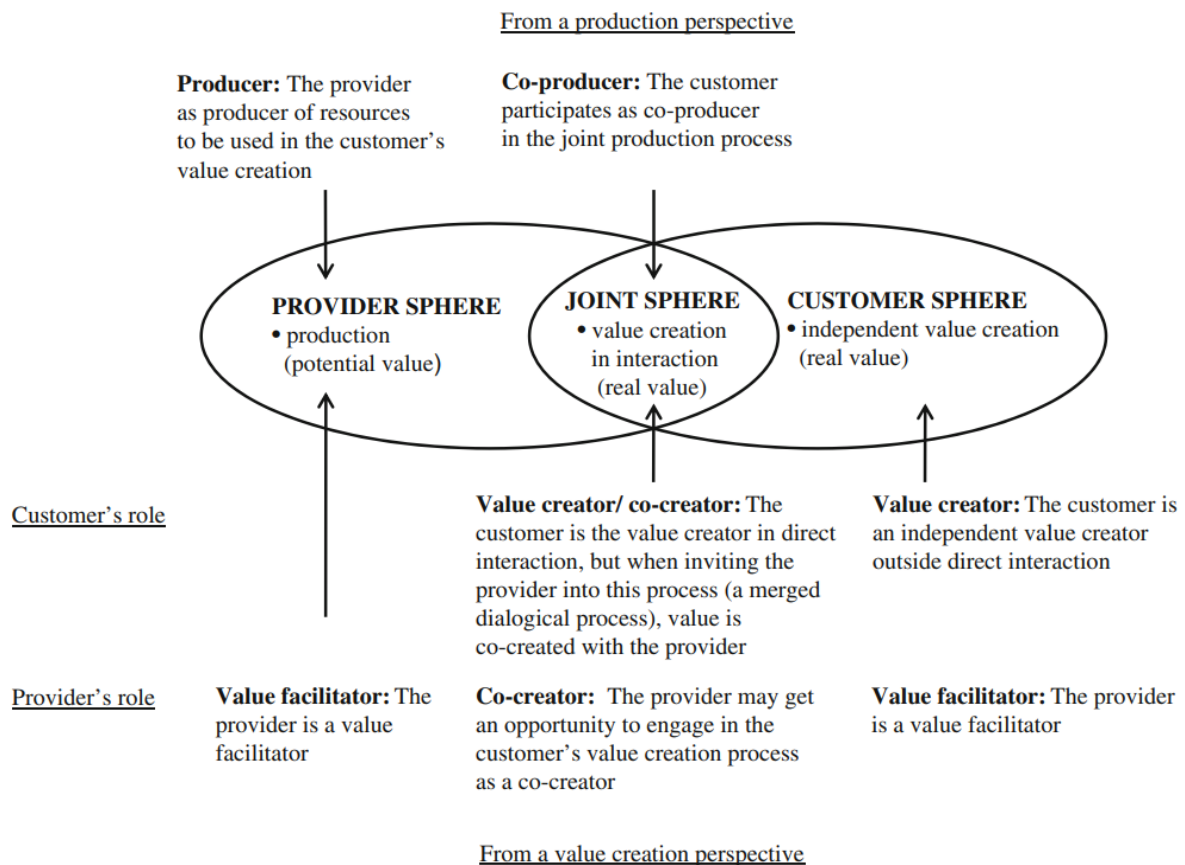
Medskapande av värde, även kalla ”Value Co-Creation”, är ett begrepp som uppkom under senare delen av 2000-talet och syftar till värdeskapande genom att involvera konsumenten i produktionsprocessen och därmed öka samspelet mellan kund och aktör och då också öka det gemensamma värdet (Rutfjäll, 2016). Grönroos (2006) menar att medskapande av värde uppstår genom att operanta resurser hos olika aktörer aktiveras och integreras via interaktion, där operanta resurser innefattar immateriella resurser såsom expertis och know-how som används för att skapa en effekt på materiella resurser.

2.2. Modell för värdeskapande

För denna studie kommer en modell för analys av värdeskapande att användas, en modell skapad av Grönroos och Voima (2013). Teorin har sin grund i en av de tre synsätten på medskapande av värde (Value Co-Creation), tjänstelogiken, vilket innebär att värde medskapas genom interaktion mellan kund och företag. Modellen analyserar leverantörens och kundens olika roll i värdeskapandet samt identifierar värdet och värdeskapandets omfattning, ursprung och karaktär. För denna studie kommer akademien ses som leverantören, då det är forskarna som har en produkt eller tjänst, i detta fall forskningsresultat, som är eftertraktat av näringslivet. Näringslivet ses därmed som kunden i denna modell. Vidare syftar ursprung, omfattning och karaktär till hur värdet uppkommer, hur det upplevs och om det upplevs positivt eller negativt. I modellen så agerar leverantören värdefrämjare och inte värdeskapare som andra teorier ofta porträtterar företagets roll som. Värdeskapande kräver inte något företag enligt Grönroos och Voima (2013), utan kunden kan även producera ett värde själva. Dock påpekar deras teori att i det fall att ett medskapande finns, så är det interaktionen mellan de två parterna, leverantör och kund, som är nyckeln till värdeskapandet. Vidare menar Grönroos och Voima att detta medskapande tillsammans med kunden är det enda sättet för en leverantör att skapa värde. Det här sker då leverantören och kunden har en interaktion under tiden som de respektive aktörernas handlingsprocesser sker parallellt, vilket gör att aktörerna kan operera inom varandras processer och länka dem samman. En kartläggning av leverantörens och kundens roller och interaktioner, kopplat till värdeskapande och medskapande av värde, bidrar därför till att svara på frågeställningen av denna studie.

I modellen finns tre sfärer för där värde kan skapas; leverantörssfären, kundsfären och den gemensamma sfären. För värdeskapande ligger fokus på de två senare nämnda sfärerna, då det är här värdeskapandet tar plats (Grönroos & Voima, 2013). Interaktionen som sker i den gemensamma

sfären, alltså mellan parterna, kan enligt Grönroos och Voima kategoriseras till direkt interaktion och indirekt interaktion. Direkt interaktion är dialoger under samarbetet rörande exempelvis upplägg eller produktutveckling, mer generellt interaktion kring leverantörens processer, och indirekt interaktion snarare rör handlingar så som kontrakt och köp av produkt eller tjänst, mer generellt leverantörens resurser. I figuren nedan visas sfärerna som ingår i teorin samt aktörernas, kundens och leverantörens, roller och interaktioner.



Figur 1. Modell för värdeskapande som beskriver interaktion mellan företag och kund (Grönroos och Voima, 2013, s.141)

Denna modell kommer, som tidigare nämnt, att ligga till grund för analysverktyget som presenteras nedan. Akademiens forskare kommer främst att ses som leverantör och företaget i näringslivet som kunden, men även vice versa. Att forskaren ses som leverantören grundas i att det är de som har en produkt eller tjänst att erbjuda, i form av forskningsresultat och eller patenterat material, medan företaget är de som vill köpa och ta del av resultatet. Samverkan mellan företag och forskaren kan dock vara initierat av företaget, exempelvis om en brist på kunskap eller produkt utlyses av företaget. Därför kan man vända på rollerna och då se det som att företaget är leverantören och forskaren är kunden, i det sammanhang då företaget kommersialiserar ett forskningsresultat exempelvis, och det därmed kan ses som att företaget erbjuder forskaren en tjänst. Vidare om detta presenteras nedan i

underkapitlet samverkansteori. Huvudfokus för denna rapport kommer dock att vara, som nämnt, att se forskaren som leverantören.

2.3. Samverkansteori

För att kunna förstå och undersöka samverkan mellan akademi och näringsliv måste man först förstå samverkan mellan två heterogena grupper. Att de två aktörerna kan ses som två heterogena grupper är ett flertalet forskare överens om, bland annat Edquist och Flodström (1997). Skillnaderna menar Edquist och Flodström främst är kopplade till norm- och kulturskillnader, såsom dikotomier kring ära kontra pengar, publicering kontra patent samt lång- kontra kortsiktighet. Edquist och Flodström menar att dessa skillnader medför både hinder, men även möjligheter. Vidare menar de att det är viktigt att bibehålla den så kallade fria forskningen, för att behålla akademins perspektiv på samverkan, men att detta måste balanseras mot näringslivets perspektiv och kunskap kring marknaden och landets ekonomiska tillväxt. Detta för att kunna skapa så mycket värde som möjligt av den forskning som bedrivs på akademier i Sverige.

Kunskapsutbyte mellan heterogena grupper är även något som Drach-Zahayy och Somech (2001) nämner. Författarna menar att de olika grupperna har inte bara olika kunskapsområden, utan tar även med sig olika vokabulär och kognitiva mönster när de ska samverka. Vidare menar Cooke, Salas, Cannon-Bowers och Stout (2000), som även Edquist och Flodström påpekade, att dessa olikheter inte behöver vara ett hinder, utan att detta snarare är eftersträvansvärt för att öka och stärka innovationsprocesser och kunskaphöjning i samhället. En för stor överlappande kunskapsbank och idéer menar Cooke et al. kan leda till konformitet av grupperna, vilket begränsar innovationsprocesser, kreativt tänkande samt gör det svårare att ta ett beslut som går emot gruppen. Det som Cooke et al. dock påpekar är att kommunikation blir mer viktigt när det kommer till samverkan mellan heterogena grupper, och då framförallt kontinuerlig kommunikation. Detta menar författarna beror på att den tysta kunskapen som behöver överföras mellan aktörerna kräver mer i samverkan mellan heterogena grupper kontra samverkan mellan homogena grupper då det mellan homogena grupper redan finns förståelse och kunskap kring exempelvis arbetssätt, kommunikation samt förväntningar. Överföring av tyst kunskap mellan heterogena grupper menar Cooke et al. görs genom att dela med sig av de olika gruppernas mentala modeller, som innefattar exempelvis förväntningar om mål och roller, sinsemellan.

Agneta Erfors har forskat kring olika typer av samverkan mellan näringsliv och akademi, mer generellt kallat interorganisatoriska relationer (2005). Resultaten som Erfors påvisar är att det finns tre olika typer av samverkan mellan de två aktörerna, nämligen: Informell samverkan, Kund-konsult samverkan samt Forskningsbaserad samverkan. Informell samverkan karaktäriseras av lösa relationer mellan aktörerna och ett mer allmänt informations- och kunskapsflöde sinsemellan aktörerna.

Kund-konsult samverkan har sitt ursprung i att näringslivet identifierat ett problem där akademiens kunskap ses som lösningen på problemet. Forskningsbaserad samverkan grundar sig i initiativ från akademin, med motivet att få finansiering eller empirisk access från näringslivet.

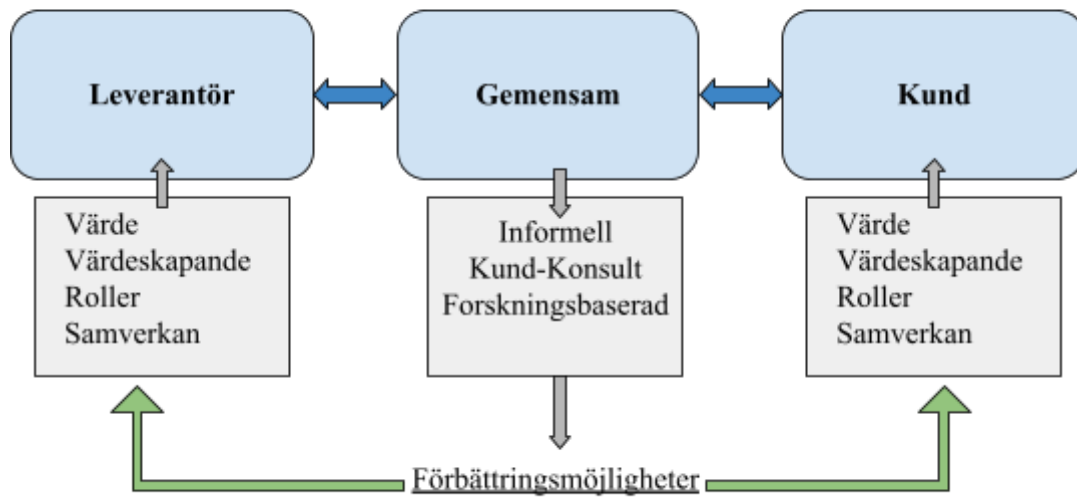
Detta sätt att klassificera samverkan kan ha en betydelse och underlätta arbetet att kartlägga värdeskapande processen som presenterats i 2.2, vilket är varför ett kombinerat analysverktyg nedan nu presenteras.

2.4. Analysverktyg för nyttiggörande

För att undersöka och analysera de två valda aktörerna utifrån modellen presenterad i 2.2 samt ihopkopplat med samverkansteori presenterat ovan i 2.3, har ett analysverktyg för nyttiggörande konstruerats specifikt för denna rapport. Analysverktyget är uppbyggt av tre områden, samma som i Grönroos och Voimas modell för värdeskapande, Leverantörs-, Gemensam samt Kundsfär. Vidare tar verktyget upp några nyckelbegrepp som påverkar leverantörens och kundens syn på värde och värdeskapande, därav pil från begreppen till leverantör respektive kund sfär. Dessa begrepp innefattar värde, värdeskapande, roller samt samverkan. Dessa begrepp grundar sig delvis i Grönroos och Voimas forskning (2013) men grundar sig även i det empiriska materialet insamlat i denna rapport samt tidigare forskning presenterad såsom Innovationsutredningen (SOU 2020:59, 2020). Vidare går en pil från den gemensamma sfären till de tre typerna av samverkan som Erfors (2005) nämnt, nämligen Informell samverkan, Kund-konsult samverkan samt Forskningsbaserad samverkan. Från denna ruta går ytterligare en pil, förbättringsmöjligheter, som syftar till att visa på hur akademi och näringsliv kan utvecklas inom de tidigare presenterade nyckelbegreppen, för att öka samverkan och nyttiggörande. Förbättringsmöjligheter återkopplar därför sedan till nyckelbegreppen värde, värdeskapande, roller och samverkan, som i sin tur påverkar leverantören och kunden.

Verktyget kommer att appliceras på så sätt att leverantörs sfären och kund sfären analyseras utifrån de begrepp som går in i dessa sfärer, alltså värde, värdeskapande, roller samt samverkan. Från dessa kommer den gemensamma sfären att analyseras, alltså där samverkan sker. Från detta kommer en analys kring hur samverkan ser ut att ske, för att slutligen kunna ta fram exempel på vad forskare och näringslivspersoner kan göra för att underlätta samverkan mellan akademi och näringsliv för att öka nyttiggörandet av forskningsresultat i näringslivet.

NYTTIGGÖRANDE



Figur 2. Analysverktyg för nyttiggörande med syfte att koppla ihop modellen för värdeskapande, tidigare forskning och frågeställningen för denna studie.

3. Metod

I detta kapitel beskrivs metoden bakom studien. Detta innefattar forskningsansats och design, insamling av data samt en kort reflektion kring trovärdighet och tillförlitlighet av studien.

3.1. Forskningsansats

För att konkretisera kopplingen mellan akademi och näringsliv, har empiriska exempel från akademi respektive näringsliv byggt upp denna studie. Vidare har studien haft ett abduktivt tillvägagångssätt, vilket innebär att teorin och empirin i studien ligger till grund för varandra och stärker varandra (Given, 2008. pp.1-2). Detta på grund av att tidigare studier inom ämnet är fåtaliga, vilket gör att kopplingen mellan empiri och teori behöver gå från båda hållen för att nå bästa resultat (Saunders et al., 2019). Empirin som ligger till grund för analysen i studien är baserad på intervjuer med respektive part, akademi och näringsliv, och har analyserats utifrån analysverktyget för nyttiggörande skapat för denna studie presenterat i 2.4. Slutligen har slutsatser kring vart, i samverkan mellan akademi och näringsliv, som värdet skapas samt vilka parametrar som är de viktigaste inom samverkan och värdeskapande att dragits och presenterats.

3.2. Forskningsmiljö

Ett svar på detta problemet med samverkan mellan akademi och näringsliv är ett projekt som drivs av Kungliga IngenjörsvetenskapsAkademien vid namn Research2Business. Projektet arbetar för vidare nyttiggörande av forskningsresultat inom näringslivet (IVA, 2021). På hemsidan för projektet beskrivs målet som att "Research2Business vill stärka Sverige i att vara ledande på att omvandla akademisk forskning till innovation och konkurrenskraft i näringslivet. Målet är att förstärka och öka samverkan mellan forskare på akademier och universitet och företag för allas gemensamma nytta." (Research2Business, IVA, 2021). Arbetet för att nå målen görs delvis genom en årlig sammankomst där utvalda forskare och personer från näringslivet möts och får chansen att interagera kring forskarnas presenterade resultat, och delvis genom att starta upp andra möten genom till exempel mentorskapsprogram. Detta projekt ligger till stor grund för denna rapport, då projektet och rapporten syftar till samma sak, nyttiggörande av forskningsresultat inom näringslivet.

3.3. Forskningsdesign

För studien har en kvalitativ metod valts, eftersom att en kvalitativ metod är ofta kopplad till den socialt skapade kunskapen, starkt kopplad till tyst kunskap, och involverar färre antal deltagare än en kvantitativ metod gör (Given, 2008. pp. 704-713). Detta är önskvärt då studien ämnar att undersöka

akademien samt näringslivet syn på värdeskapande och nyttiggörande, vilket har koppling till den socialt skapade kunskapen. Vidare har kvalitativa metoder fokus på studieobjektens perspektiv, vilket i detta fall är företaget respektive forskarens perspektiv, och karaktäriseras av en djupare och mer komplex förståelse av studieobjekten som ofta innefattar en-till-en intervjuer (Denzin & Lincoln, 2005). Även det faktum att fokus för en kvalitativ metod ligger på studieobjektens perspektiv är en bidragande faktor till valet av metod för studien. Studien är en fallstudie, då den ämnar att undersöka forskares och näringslivspersoners kunskap, erfarenhet och tankar kring samverkan sinsemellan och värdeskapande. Detta underbyggs av syftet med en fallstudie, vilken Merriam (1997) menar är att undersöka ett nutida skeende med fokus på ett avgränsat system. Vidare menar Merriam att en fallstudie är att föredra när man inte kan manipulera relevanta variabler för det valda systemet för undersökningen, vilket även det stämmer in på denna studie.

Studieobjekten har valts genom att först kontakta genom Kungl. IngenjörsvetenskapsAkademiens projekt Research2Business, eftersom att detta projekt har kontakt med ett flertal forskare och företag och näringslivspersoner som är relevanta för denna studie. Detta ökade sannolikheten att hitta relevanta studieobjekt för denna studie. En första kontakt initierades via mail till ett flertalet tänkbara studieobjekt, rekommenderade från projektet Research2Business. Målet var att få med till ett eller två studieobjekt från varje aktör, men detta överträffades då tre intervjuobjekt från respektive aktör kunde tänka sig att ställa upp. De sex studieobjekten som valdes till studien valdes på grund att det var dessa som hade tid och intresse att delta. När kontakten initierats, blev studieobjekten informerade djupare kring studien och en intervju hölls, där frågorna mailades till studieobjektet i förhand för att öka kunskapsöverföringen under intervjun.

Intervjuerna, som byggt upp det empiriska materialet för studien, hade en semi-strukturerad karaktär. En semi-strukturerad karaktär innebär att frågorna som ställdes snarare var kopplade till teman än till specifika frågor, vilket medförde att svaren inte blev bundna till något manus med ett ja eller nej svar (Bryman, 2018). En semi-strukturerad intervju karaktär blev därmed värdefull, då en kvalitativ metod kräver en mer komplex förståelse av studieobjekten, vilken lättare uppnås ifall studieobjekten hade en frihet att förmedla både kontext och information kring detta på intervjuerna. Några exempel på teman var hur respektive aktör upplever vad värde är, hur det skapas, och vilken roll de har i processen av värdeskapande. Vidare gick intervjuerna in på hur intervjuobjekten upplevt samverkan med den andra aktören tidigare, vad som fungerat bra och dåligt, och hur man önskade att det skulle vara för framtiden.

Intervjuobjekt	Tid
Forskare A	75 min
Forskare B	55 min
Forskare C	60 min
Näringslivsperson D	50 min
Näringslivsperson E	70 min
Näringslivsperson F	65 min

Tabell 1. Tabell över intervjuer gjorda för studien

3.4. Insamling av data

För studien har både primärdata och sekundärdata samlats in. Primärdata är data insamlade från forskaren av studien och innefattar till exempel intervjuer och observationer (Attityd Karlstad, 2020). Sekundärdata innefattar data insamlade av någon annan än forskaren själv och innefattar till exempel information kring intervjuobjekten från hemsidor eller tidskrifter. I denna studie har primärdatan störst fokus, eftersom studien har en kvalitativ metod, och har samlats in från intervjuobjekt vid akademi respektive näringsliv genom semi-strukturerade intervjuer med respektive part. Sekundärdata har innefattat artiklar kring tidigare forskning inom området som studien verkar i, samt hemsidor och artiklar för att bygga upp en grundförståelse för respektive intervjuobjekt.

3.5. Analys av data

Efter datainsamlingen har datan dekontextualiserats genom en avkodning enligt Starks och Trinidad (2007), för att därefter rekontextualiserats enligt samma författare. Dekontextualiseringen innebär att data från respektive intervju togs ur sin kontext och sammanfattades på en generell nivå. Rekontextualiseringen, som sedan skedde, innebär att den dekontextualiserade datan från intervjuerna jämfördes med varandra för att hitta mönster men även olikheter. Detta skapade en objektiv bild av situationen som undersöktes men inkluderade samtidigt subjektiva erfarenheter från respektive intervjuobjekt och hjälpte analysen av datan framåt.

3.6. Trovärdighet och tillförlitlighet

Till denna studie finns en tidsbegränsning. Detta kan vara ett problem när studien har en kvalitativ karaktär, då denna metod kräver djupdykande intervjuer och ett engagemang samt tid från forskaren i

fråga. Vidare kan detta ses som en brist i studien då vidare forskning och en mer detaljerad undersökning är möjlig.

Ytterligare en brist i studien och dess metod kan vara att företag eller forskare som hade varit relevanta/önskvärda för studien ej kan bidra med data till studien. Detta tvingar studien att grundas på andra studieobjekt vilket kan vara mindre önskvärt ifall studieobjekten inte uppfyller de önskemål som finns för relevans. Även i det fall att endast ett fåtal studieobjekt finns tillgängliga för studien kan detta påverka studiens tillförlitlighet eftersom detta, ifall studieobjekten inte representerar den verkliga situationen, kan bidra till en felaktig bild av verkligheten. Detta kom att undvikas genom att ett flertal studieobjekt tillfrågats.

4. Empiri

I empirin presenteras data från de intervjuer som hållits i samband med studien. Empirin är uppdelad i kapitel, där akademi och näringsliv separeras, för att lättare avkoda skillnader mellan de två aktörerna. Vidare har underkapitlena delats upp i de begrepp som analysverktyget tar upp, presenterat i 2.3, nämligen värde, värdeskapande, roller och samverkan. Inom dessa begrepp kommer problem och lösningar att nämnas, men dessa kommer att sammanfattas i slutet av kapitlet under rubriken "Sammanställning". Genomgående för empirin är hänvisningen till "processen", med detta menas den process som sker från en forskningsidé till en omsättningsbar och färdigt implementerad produkt eller tjänst. För anonymitetens skull så har intervjuobjekten fått olika bokstäver tilldelade sig, för att ändå kunna särskilja de olika objekten.

4.1. Akademi

Forskare A arbetar inom akademien, men har även en fot i näringslivet då A upplever sig mer vara en innovatör och uppfinnare snarare än en forskare.

Forskare B arbetar inom akademien och säger att hen är ointresserad av affärsvärlden eftersom att hen är mer intresserad av fri forskning och utveckling av samhället än att driva företag och ha ett stort fokus på kommersialisering.

Forskare C arbetar inom akademien men har även en fot i näringslivet för att kommersialisera forskningsresultat.

4.1.1. Värde och värdeskapande

Forskare A anser att värde är när forskning kan omsättas från kunskap till något som förbättrar någon process i samhället och menar därmed att värdet först är skapat efter implementeringen. Vidare menar forskare A att värde är något som är kopplat till vad man faktiskt kan påvisa har förbättrat något, något som är relevant för samhällets utveckling. Dock menar forskare A att den övergripande forskningsidén som forskare A upplever finns inom akademien är att all forskning skapar värde på ett eller ett annat sätt, och att detta värde är uppbyggnaden och vidareutvecklingen av kunskap i samhället. Forskare A menar att de forskare som upplever värde på detta mer akademiskt traditionella sättet ibland kan uppfattas vara emot värde och värdeskapande, eftersom att deras fokus sällan är kommersialisering eller implementering i samhället, utan att fokus istället är på kunskapshöjning och vidare forskning.

Den största utmaningen som forskare med mål att skapa värde upplever forskare A är att hitta ett behov hos näringslivet eller i samhället och förstå hur detta skulle kunna lösas på ett implementerbart sätt. Vidare nämner forskare A att mycket av den forskning som bedrivs i Sverige och världen är väldigt nischad, vilket gör det svårare att hitta användare och användningsområden. Det är även enligt forskare A en lång process att gå från prototyp till att produkten kan säljas, vilket gör att många forskare ger upp på vägen. Här kommer även finansiella aspekter in, vilket diskuteras mer ingående senare i kapitlet. Vidare nämner forskare A att det ofta är "bananskalsprincipen", alltså att det är slumpen som avgör vart man hamnar och vilka man träffar, och att detta kan vara avgörande för om en idé kommer vidare från idéstadiet eller inte.

Forskare B menar att det finns olika aspekter av värde, långsiktigt och kortsiktigt. Kortsiktigt medar forskare B blir mer kopplat till kommersialisering och en implementering i samhället, medan långsiktigt värde snarare skapas av fri forskning, där man som forskare har möjlighet att fritt forskare och gå in på djupet på resultaten och orsakerna till detta. Ett exempel som forskare B tar upp är tidigare forskning som skapat värde ur ett felsteg såsom penicillin, där det fanns möjlighet att fortsätta undersöka de så kallade "bi-resultaten" och gå till botten med det forskarna hittar. Här menar forskare B att det dock finns ett glapp i att hen inte har uppfattningen att näringslivet värdesätter denna fria forskning tillräckligt. Forskare B menar att värde för hen är mer kopplat till den långsiktiga bilden av värde, vilket även då innefattar att öka kunskapsnivån i samhället och vidareutveckla samhället till nya nivåer med hjälp av forskning. Vidare menar forskare B att forskare ofta vill förklara världen vi lever i och att det finns värde i det, men att ganska liten del av det man upptäcker går att kommersialisera. Slutligen ifrågasätter forskare B hur man ens vet vad som är värdefullt innan något har värde, samt att det enligt forskare B är bekymmersamt att akademi och näringsliv strävar mot samma mål men värderar olika saker.

Forskare C menar att all ny kunskap skapar värde i sig, men att värdet sedan ökar när det kommer till nytta i samhället. Mer specifikt beskriver forskare C det som att värde för en forskare skapas i steget mellan att kunskapen verifierats och att resultatet har börjat användas av samhället. Uppfattningen om hur näringslivet ser på värde menar forskare C mera är kopplat till om ett problem kan lösas eller om ett resultat kan generera en ekonomisk vinst. Forskare C nämner även, som även forskare B gjorde, att forskningens mål är att öka kunskapen, och förklarar att detta oftast görs genom att resultatet av forskning publiceras och används eller citeras på olika sätt. Till sist lägger forskare C till att lyckas kommunicera ut denna kunskap till samhället också skapar nytta, alltså det som tidigare kallades den tredje uppgiften som universiteten har. Vidare problematiserar forskare C näringslivets sätt att se värde genom att mena att ekonomisk vinst, pris, är ett en-dimensionellt system, och det blir stora problem när man försöker blanda kvalitativa enheter som kunskap och forskning med kvantitativa enheter som antalet produkter eller sålda tjänster, och göra om det till det här en-dimensionella systemet som är pris.

4.1.2. Roller och samverkan

De problem som forskare A har stött på i samverkan mellan akademi och näringsliv är framförallt kopplade till de förutsättningarna som de två parterna har. Forskare A upplever att båda aktörerna pratar utifrån sina egna förutsättningar och att det därmed kan finnas en svårighet i att skapa en förståelse för varandra. Forskare A beskriver detta som att man pratar i olika riktningar när det kommer till målet med forskningen, vilket skapar hinder under processen att gå från en idé till en implementerad produkt eller tjänst. Exempelvis så kan forskare ha ett visst arbetssätt som måste följas, vilket enligt forskare A kan göra processen mer stolpig och strikt än vad den behöver vara, medan näringslivet exempelvis har en strikt finansiell budget eller tidsram som istället försöker stressa på resultaten. Det som forskare A även nämner som en viktig faktor i samverkan, som inte alltid finns där, är en aktivitet från forskarens sida, om forskaren har för lite driv eller motivation att nå ut till näringslivet så blir det även svårt för näringslivet att nå forskaren.

Som tidigare nämnt så menar forskare A att kommunikationen mellan akademi och näringsliv är bristfällig, bland annat pga olika förutsättningar och olika sätt att kommunicera målen med forskningen. Att ha en kontinuerlig kontakt från näringslivet menar forskare A kan lösa detta problem, då näringslivet, som i detta fall är kunden, finns med under hela den värdeskapande processen och ser till att den flyter på i rätt riktning. Även att ha riktade nätverk med folk som är intresserade av att vara med i hela processen och som är duktiga på det de gör, har ett driv, samt har kontakter att koppla in i processens olika steg. Forskare A är noga med att nämna att ingen kan allt, och att nätverk därför har en betydande roll.

När forskare B berättar om samverkan mellan akademi och näringsliv, beskriver forskare B det som att det finns flera steg i processen att gå från idé till omsättningsbar produkt, och att det finns olika aktörer som agerar stöttande, exempelvis finansiellt, under olika steg i processen. Exempelvis kan innovationsstöd från universitetet vara bra i början, men senare kanske ett holdingbolag blir relevant, för att sedan gå vidare till affärsänglar och andra typer av investerare. Problemet med detta menar forskare B är att det inte blir någon kontinuitet men även att det finns steg i processen där stöd inte är möjligt att få. Forskare B kallar detta för "Death Valleys". Även forskare A nämner detta, och menar att för att öka nyttiggörandet av forskningsresultat så behöver investerare och kunden se värdet i forskningen långsiktigt, att alltså finnas med som stöd från början till slut, för att se till att resultatet blir så bra som möjligt och för att öka chansen för forskningen att bli implementerbart. Forskarna nämner här att det är många projekt som inte kommer fram till implementeringsfas på grund av detta, och forskare B nämner även att det är märkligt att exempelvis patent kostar lika mycket för en enskild forskare som för ett stort företag. Här menar forskare B att det skulle kunna tänkas om, för att även gynna de små forskarna och små företagen. Vidare menar forskare B att all forskning borde få ekonomisk stöttning från näringslivet eller från någon annan aktör i samhället, på grund av tanken

kring långsiktigt värde samt bristen vetenskap kring huruvida något kommer vara värdefullt i framtiden eller ej.

Forskare C upplever att det finns mycket outnyttjad forskning och nämner att forskning alltid ligger långt före samhället i stort, och att akademi och näringsliv blir som två olika världar med olika språk. Exempel på där det ofta enligt forskare C blir missförstånd är frågan om validitet där forskare snarare ifrågasätter sitt resultat medan näringslivet förväntar sig raka och klara besked.

När det kommer till utmaningar i samverkan mellan akademi och näringsliv på nämner forskare C kommunikation som centralt, både som utmaning och som lösning. Detta underbygger forskare C genom att nämna att korrelationen mellan finansiella resurser och kopplingen till förståelse för forskning är svag, och att det då blir forskaren som behöver förenkla budskapet. Även detta nämner forskare A, alltså att ha samma mål och förutsättningar är en viktig grund i samverkan mellan de två aktörerna. Vidare nämner forskare C att det är orimligt att hela kommunikations ansvaret ska ligga på forskaren. Detta nämner även forskare B som ett område som kräver förbättring för att öka samverkan och nyttiggörande. Dagens samhälle uppfattar forskare C har systematiska problem bland annat i och med otillräckliga samhälleliga kontrollsystem, bristande samordning av resurser, ineffektiva distributionsmekanismer, grundlagsproblematik och stor ojämlikhet. Lösningen menar forskare C är kopplat till att lyfta blicken och se samhället ur ett övergripande och systemiskt perspektiv. Forskare C är även noga med att påpeka att kommunikationen mellan de två aktörerna ska ske genom samverkan som en mötesplats, och inte bara ensidigt, så kallade samverkansarenor, för att på så sätt skap enkla möten mellan aktörerna. Vidare nämner forskare C att det vore önskvärt att hitta kontakter på vardera sida för att kunna överbrygga skillnader i kultur och synsätt, och alltså till exempel anställa en konsult från näringslivet till ett forskningsprojekt eller att man som forskare får från en person i näringslivet lära sig kommunicera på bästa sätt.

Vidare nämner forskare C, precis som forskare A och forskare B gjorde, att steget från idé eller prototyp till någon färdig implementering på marknaden är väldigt stort. Dock kan forskning som löser ett redan uppmärksammat problem upplevas ha en kortare process, då hela arbetet i att hitta och enas mål och hitta konsumenter och investerare kan slopas. Här är även andra forskare inne på samma spår, att om det inte redan finns ett intresse från näringslivets sida så kan det vara svårt att hitta ett, och att det är en bidragande faktor till att processen blir så lång eftersom att stor del av forskningens finansiering till exempel kommer från näringslivet. Forskare C tar upp ett exempel där forskning visar att människor inte tar rationella beslut, vilket enligt forskare C öppnar upp för ett behov av exempelvis AI, men upplever inget gensvar från näringslivet då de inte upplever irrationaliteten av människan som ett problem. Forskare C menar att problemet delvis ligger hos forskaren i hur hen exempelvis kommunicerar ut värdet, men även hos näringslivet i att lyssna mer på forskningen för att lyckas nå vidare. Sammanfattningsvis menar forskare C att näringslivet måste bli bättre på att

formulera problem, och forskare måste bli bättre på att lyssna på den efterfrågan som finns på marknaden från näringslivet och samhället. Vidare menar forskare C att detta borde ske genom en kontinuerlig samverkan och samarbete, för att skapa värde av forskning mer långsiktigt.

Ett generellt problem som alla forskare tar upp är den finansiella aspekten av forskning och nyttiggörande. Forskare A menar till exempel att det inte finns alla pengar i världen och att vi därför måste se till att den forskning som pengar satsas på måste vara relevant. Vidare menar forskare A att ett sätt att göra detta på är att skapa generella screening processer av både akademi och näringsliv, för att se vad som finns, vad som behövs och hur man på bästa sätt kan koppla ihop de två aspekterna. Här menar forskare B något annorlunda, nämligen att det krävs finansiella medel till all forskning, eftersom man inte vet vad som kommer att komma till nytta eller inte. Forskare B påpekar, som tidigare nämnt, att många stora upptäckter kommer av misstag eller som vidareutveckling från någon annan forskning, vilket gör att det inte borde vara krav på kommersialisering redan från början utan att forskaren ska få välja mer fritt i vilken riktning forskningen ska gå. Forskare B upplever att det i samhället numera stressas fram forskningsresultat för att kommersialiseras, för att få finansiella medel och därmed kunna överleva som forskare. Forskare C nämner dock, vilket skiljer sig från forskare B, att all forskning inte borde få finansiering, detta eftersom att risken är att verkningsgraden av forskningen blir för låg. Detta vidareutvecklar forskare C till att det inte heller bara borde vara storföretag som sitter på de ekonomiska medelena, eftersom att detta också kan bidra till lägre verkningsgrad. Vidare berättar forskare C att det är av vikt att ställa stora kompetenskrav på samtliga aktörer, även övervakare av processen, vilket det i dagsläget inte görs.

Sammanfattningsvis är forskarna överens om att allt handlar om överlevnad och finansiering i processen, från både akademins håll och från näringslivet. Detta påpekar forskarna bidrar till att forskning ibland kan formas bakvänt, alltså för att forska måste du som forskare först hitta finansiering och detta görs genom att sälja in en idé som kommer skapa värde för kunden, företaget eller investeraren i detta fall, och sedan börja forska. Forskare A nämner då att man som forskare därmed blir tvingad till att få ett visst resultat och upplever att detta kan påverka trovärdigheten och validiteten av resultatet.

4.2. Näringsliv

Näringslivsperson D arbetar inom näringslivet på ett stort företag och ser sig själv som en affärs människa och långt ifrån forskare eftersom hen inte har stor kunskap inom den akademiska världen samt är mer fokuserad på ekonomisk tillväxt och kommersialisering.

Näringslivsperson E har själv doktorerat men är nu aktiv inom industrin och ser sig själv tillhöra näringslivet och inte akademien eftersom hen har ett större fokus på nyttiggörande av forskning och implementering.

Näringslivsperson F har arbetat på utvecklingsavdelningen för ett företag i näringslivet, och sedan arbetat som forskningschef för denna avdelning men ser sig själv som mest kunnig inom näringslivet och inte akademien.

4.2.1. Värde och värdeskapande

I frågan kring vad värde är uppfattar näringslivsperson D värde som mätt i pengar. Näringslivsperson D menar att kunskap är bra, men så länge du inte kan översätta det till en produkt så får det inget värde, att kunskap är nödvändigt men inte en tillräcklig förutsättning för värdeskapande.

Näringslivsperson D är medveten om att det finns en skillnad mellan akademien och näringslivet i hur man uppfattar värde, och menar att näringslivets bild är mycket mer nischad på vad som värdesätts då det enligt näringslivsperson D måste finnas ett användningsområde.

Näringslivsperson E menar att värde oftast är pengar inom näringslivet, och att forskning därför blir värdefullt när det får ett omsättningsvärde. Dock finns det enligt näringslivsperson E undantag kring detta, exempelvis när det kommer till klimatdebatten, då även ny kunskap kan ses som värdefullt. Men även här kan man dra det vidare till att värdet egentligen uppstår när man använder denna kunskap till att ändra något i praktiken och utveckla och förbättra samhällets energiförsörjning till exempel. Vidare menar näringslivsperson E att värdet kan vara svårt att se i samma tidpunkt som forskningen sker, men att ett sätt att lösa detta på är att utgå från exempelvis framtidens estimerade KPI:er, alltså Key Performance Indicators, för att bilda sig en bättre uppfattning om vad som kommer vara värdefullt i framtiden. Återigen tar näringslivsperson E upp exempel med klimatdebatten, och menar att om man till exempel skulle utgå från ett fiktivt pris på CO₂, när man forskar kring klimatet, så skulle detta öka sannolikheten att man får en korrekt bild av vad som är värdefullt och genomförbart. Vidare menar näringslivsperson E att man idag har ett felaktigt angreppssätt när det kommer till värde. Idag frågar man forskarna vilket värde deras forskning kommer ge, medan man enligt näringslivsperson E borde fråga näringslivet och koppla ihop dem med forskare. "Forskarna känner inte till affärskedjan och vet inte alltid vad som är viktigt för näringslivet och industrin, men vi i näringslivet vet det! Det är ju vi som är slutkunden." (Näringslivsperson E, intervju maj 2022).

Värde definierar näringslivsperson F ungefär på samma sätt som näringslivsperson E, alltså att värde är när forskning bidrar till samhällsnytta genom exempelvis produkter eller tjänster som skapar möjligheter för Sverige som land. Även näringslivsperson F nämner att det finns undantag till detta, exempelvis klimatforskning. Näringslivsperson F är dock noga med att poängtera att även i fallet om

klimateforskning så krävs det inte bara kunskap för att skapa värde, utan det måste även på något sätt kunna användas, med andra ord nyttiggöras.

Näringslivsperson F menar att grundforskning och fri forskning är lika viktigt som tillämpad forskning, även kallad strategisk forskning, alltså då man redan har ett mål eller problem som behöver lösas innan man forskar. Näringslivsperson F tar upp exemplet med telefoni, för att belysa vikten av fri forskning, som det forskats kring långt innan man hittade ett användningsområde och kunde kommersialisera forskningsresultatet. Vidare nämner näringslivsperson F att många stora företag i Sverige idag är helt beroende av forskning, både fri och tillämpad forskning, vilket gör att de ofta löst det så att de har en egen forskningsavdelning i form av en R&D enhet eller istället en kontinuerlig och etablerad kontakt med något universitet. Detta beror på att man därmed kan säkerställa att forskningen kommer till nytta och skapar värde, men även lägger en bas för och säkerställer att man arbetar mot samma mål.

4.2.2. Roller och samverkan

Ett problem som näringslivsperson D tycker sig se är att forskningen som bedrivs inte alltid stämmer överens med det som efterfrågas på marknaden. Näringslivsperson D tar upp exemplet appar och smartphones, som funnits längre än vad många tror enligt näringslivsperson D, bara det att de inte växt sig stora förens exempelvis Apple lanserade iPhone. I exemplet fanns tekniken, men lyckades inte på marknaden eftersom att det inte lanserades rätt och inte hade samma användarvänlighet och attraktivitet som söktes av marknaden, som dagens smartphones istället har. Näringslivsperson D påpekar här att det är viktigt med iterationer och innovation, och att ansvaret därmed mer ligger på forskaren, eftersom det borde vara i forskarens intresse att forskningen och dess resultat används. "Det går aldrig att förutspå en marknad." (Näringslivsperson D, intervju maj 2022).

Ett stort problem i samverkan mellan akademi och näringsliv som näringslivsperson E uppmärksammar är de olika målen för de två aktörerna, vad som meriteras samt vad detta leder till. Näringslivsperson E menar att det som meriteras i den akademiska världen är publikationer och citeringar, medan det i näringslivet inte alls spelar roll utan snarare är ekonomiska värden och implementerbarhet som är meriterande. Detta har lett till att det inom akademien premieras att använda ett avancerat fackspråk, vilket enligt näringslivsperson E bara försämrar möjligheten för samverkan mellan akademi och näringsliv. Näringslivsperson E menar därför att forskare borde anpassa språket mer efter näringslivet och uttrycka sig mer populärvetenskapligt, om de faktiskt vill att forskningen skall kunna nyttiggöras i näringslivet. Precis som i många andra sammanhang så måste man anpassa sig efter användaren, i detta fallet marknaden och näringslivet, menar näringslivsperson E. Vidare berättar näringslivsperson E att det borde vara näringslivets ansvar att hitta viljan hos forskarna och

engagera dem samt visa upp vad det är som behövs, men sedan att kommunicera ut resultaten borde vara forskarens ansvar.

Ytterligare ett problem som näringslivsperson E nämner är brist på förståelse mellan aktörerna. Detta beskriver näringslivsperson E framförallt som att forskarna har en brist på förståelse för näringslivet, eftersom att näringslivsperson E ser sig själv som mer delaktig och kunnig från näringslivets sida. Exempelvis saknas det kunskap hos forskare hur resultat implementeras och hur tidsaspekten kan skilja sig mellan en publikation och en implementering i samhället. Marknaden är enligt näringslivsperson E inte så förändelig som många forskare tror, vilket gör att även om ett forskningsresultat är relevant och effektiviserande av någon process, så är det inte säkert att det kan implementeras. Ett exempel här kan vara en ny maskin, som kan vara svår att implementera för att ett företag redan gjort en investeringsplan i de maskiner som redan finns, och därför inte har möjlighet att byta ut de snabbt. Näringslivsperson E menar att vi som samhälle skulle vinna mycket på att ge forskare en krasch-kurs i industrialisering implementering av forskningsresultat i samhället samt hur marknaden fungerar, och även bjuda in forskare till faktiska platser i näringslivet och industrin för att se verkligheten på plats. Detta menar näringslivsperson E hade ökat förståelsen mellan båda aktörerna, då begränsningar men även möjligheter lättare kan ses och belysas. Näringslivsperson E är nogga med att påpeka att näringslivet inte heller vet allt, utan att man behöver både forskares kunskap inom ämnen och näringslivets kunskap för marknaden för att öka samverkan och nyttiggörande av forskningsresultat. Vidare nämner näringslivsperson E, som många andra i denna studie gjort, att samverkan mellan aktörerna borde börja tidigare än det gör idag. Att tidigt skapa en kontakt för att se till att man har ett gemensamt mål och skapar en respekt och förståelse för varandra menar näringslivsperson E är viktigt. Detta grundar näringslivsperson E i tidigare erfarenheter om samverkan som fungerat bra respektive mindre bra.

Näringslivsperson E menar att det är tydligt för hen att politiker har väldigt vaga idéer om vad forskning är. Vidare berättar näringslivsperson E att universiteten får ekonomiska medel i form av ett basanslag samt konkurrensansatta medel. Dessa innefattar ungefär 25% respektive 50% av finansieringen för forskning vid universiteten. Under de senaste åren så har basanslaget minskat, medan de konkurrensansatta medlerna har ökat. Det sker även en politisk styrning av de konkurrensansatta medlerna där exempelvis genus skall finnas med i all forskning. Detta politiska filter påverkar forskningen och näringslivet, och ändras i och med olika politiska agendor. Att fördelningen förflyttats bort från basanslag tror näringslivsperson E beror på att man inte litar på forskare till lika stor del som förut, vilket näringslivsperson E vidare tror beror på att man som politiker inte förstår forskare och vad de gör. Näringslivsperson E menar att det är viktigt för sveriges konkurrenskraft att det finns fri forskning, och att problemet inte ligger där, utan att problemet ligger i att denna fria forskning måste samverka med näringslivet för att skapa värde och öka nyttighetsgörandet av resultaten.

För att vidareutveckla näringslivsperson F's resonemang kring en egen enhet inom företaget specialiserad på forskning och utveckling, så menar näringslivsperson F att detta också skapar en tydlighet i vem som har vilken roll i processen att gå från forskningsidé till implementerad produkt, då båda aktörerna finns med under hela processens gång. Detta nämner näringslivsperson F som ett framgångskoncept, där det inte alls fungerat lika bra när samverkan skett utanför företaget och endast delar av processen, eftersom att rollerna då inte varit lika tydliga. Näringslivsperson F påpekar att forskare inte kan produktutvecklings delen i processen, och att näringslivet inte kan forsknings delen i processen, vilket gör att man missbrukar aktörernas kompetens när man försöker blanda rollerna. Det som näringslivsperson F dock nämner, till skillnad från andra deltagare i denna studie, är att hen upplever att det finns ett stort intresse från akademikernas sida att samverka och nyttiggöra forskningsresultaten, men att man som näringsliv bara måste vara med och belysa detta för att skapa förståelse för hur marknaden ser ut. Även detta menar näringslivsperson F görs för att se till att båda aktörerna har samma slutmål. Vidare nämner näringslivsperson F, som även näringslivsperson D gjorde, att forskning och implementering av resultat inte är en linjär process, vilket forskare ibland verkar tro. Det är enligt näringslivsperson F många steg fram och tillbaka för att utveckla en produkt som fungerar på marknaden och som skapar nytta. Näringslivsperson F lägger dock till att detta sällan har varit ett problem i företaget som hen arbetar i, men att detta antagligen beror på att det finns en kontinuitet i samverkan mellan forskare och näringsliv i och med att hela processen sker inom samma företag. Problemet som näringslivsperson F menar finns kopplat till detta är att företag inte alltid har resurserna eller kontakterna för att ha en egen koppling till forskare eller akademi. Detta gäller framförallt små- och medelstora företag. Det kan därmed vara svårt att hitta bra strategiska samarbeten, alltså mer långsiktiga samarbeten för att skapa en kontinuitet i kontakten mellan akademi och näringsliv. Lösningen på detta menar näringslivsperson F kan vara att forskningsinstituten i Sverige skulle kunna ta ett större ansvar, genom att arbeta med att koppla ihop forskning som pågår med behov som finns, och även öka finansieringen inom denna sektor för att möjliggöra mer strategisk forskning. Då är man säker på att forskningen skapar värde och kommer till användning.

Vidare nämner näringslivsperson F, som även näringslivsperson D gör, att vi i Sverige har en dålig rörlighet mellan akademi och näringsliv. Detta gör att de personer som vill vara en del av båda världarna förlorar på det, eftersom att det inte är meriterande från någon aktörs synvinkel att vara en del av den andra aktören och ha så kallade "kors karriärer". Exempelvis är det inte meriterande att spendera några år i näringslivet som forskare, och om du som näringslivsperson blir en del av akademien så har du svårt att komma tillbaka till näringslivet på en högre position. Detta menar näringslivsperson F måste ändras. Både att det ska vara lättare att växla mellan de olika aktörerna som arbetsgivare, men även att det borde vara meriterande från bådars håll att man fått kunskap om den andra aktören och dess synsätt på exempelvis värdeskapande. På så sätt menar näringslivsperson F att vi hade utnyttjat den kunskap som finns på bästa sätt. Vidare nämner näringslivsperson F att detta

egentligen också innefattar näringslivet och att byta mellan olika företag och överföra kunskap. I dagens samhälle arbetar många företag i så kallat stuprörs form, alltså att man arbetar inom sin sektor och utvecklar inom sitt företag, men sällan samarbetar med andra företag tvärsektoriellt för att utvecklas i stort. Detta menar näringslivsperson F är lika viktigt att ändra på som att ändra på hur samverkan mellan akademi och näringsliv ser ut idag. Vidare menar näringslivsperson F att Sverige också måste våga avgränsa forskning och vad vi i landet är bra på, för att kunna specialisera oss mer. Vi kan som sagt inte vara bra på allt, menar näringslivsperson F.

5. Analys

I analysen presenteras först en sammanställning av den empiriska datan som presenterats i föregående kapitel. Detta för att dekontextualisera datan för att kunna se likhet och skillnader mellan de två aktörerna. Vidare presenteras en analys med grund i analysverktyget presenterat i kapitel 2.4.

5.1. Sammanställning

Både akademi och näringsliv är överens om att alla inte kan allt, utan att någon kanske är bra på innovation, någon är bra på marknadsföring, någon är bra på grundforskning och någon är bra på att driva företag. Det måste därför finnas ett ömsesidigt intresse att utnyttja varandras kunskap för att öka samverkan. Det som vissa från näringslivet har konkretiserat ner från detta är att det finns olika roller för forskare och näringslivspersoner, och att man bör ta till vara på dessa roller och inte försöka förändra dem, även om man samtidigt kan försöka öka kunskapen och förståelsen för vad de olika rollerna gör. Det som i princip alla intervjuobjektet även verkar positivt inställda till är en ökad inblick i varandras arbete och förutsättningar. Antingen genom studiebesök liknande träffar för forskare att komma ut i näringslivet som näringslivsperson E föreslog, eller att meritera kors karriärer och erfarenheter från den andra aktörens synvinkel som näringslivsperson F föreslog, eller att anställa exempelvis konsulter från vardera aktörs sida som forskare C föreslog.

Näringslivsperson D och näringslivsperson F nämner att de på deras respektive företag har en forskningsavdelning där de själva investerar och kan styra forskningen till viss del, vilket alltså forskare C är emot. Det som näringslivsperson D underbygger valet av forskningsstruktur med är dock att det då finns en kontinuitet i processen idé till implementerat, och att det hela tiden finns en gemensam bild av vad man vill åstadkomma och vad som är av värde. Näringslivsperson F nämner här att man i och med detta kan hitta en kontinuitet, som näringslivsperson D nämner, men även att man kan öppna upp för strategisk forskning samtidigt som fri forskning bedrivs, eftersom det finns resurser och ramar kring vilka roller som finns och vad som efterfrågas.

Näringslivet nämner även att forskningen som bedrivs inte alltid stämmer överens med det som efterfrågas på marknaden. Här har de två aktörerna dock olika syn på vem som borde stå till svar för detta och ändra. Näringslivet tar upp exemplet appar och smartphones, som funnits längre än vad många tror enligt näringslivsperson D, bara det att de inte växt sig stora förens exempelvis Apple lanserade iPhone. I exemplet fanns tekniken, men lyckades inte på marknaden eftersom att det inte lanserades rätt och inte hade samma användarvänlighet och attraktivitet som dagens smartphones. Näringslivsperson D påpekar här att det är viktigt med iterationer och innovation, och att ansvaret därmed mer ligger på forskaren, eftersom det borde vara i forskarens intresse att forskningen och dess

resultat används. Det går aldrig att förutspå en marknad. Forskare C tar istället upp ett exempel där forskning tex visar att människor inte tar rationella beslut, vilket enligt forskare C öppnar upp för ett behov av exempelvis AI, men upplever inget gensvar från näringslivet, trots relevant ämne och implementerbar tjänst.

Det som även kan avläsas från empirin är att de flesta är eniga om att forskning ämnar att höja kunskapsnivån i samhället, men att det finns oenigheter kring huruvida detta är värde eller inte samt om detta är slutprodukten. Här är det, som tidigare nämnt, ofta beroende på att målen är olika och förutsättningarna för de två aktörerna inte är kommunicerat sinsemellan. Vidare skiljer det sig även om de två aktörernas åsikt kring vems ansvar det är att kommunicera ut forskning till näringslivet.

5.2. Analys utifrån analysverktyget

Nedan presenteras en analys gjort utifrån analysverktyget för nyttiggörande, presenterad i 2.4. Verktyget har för denna analys delats upp i olika delar, baserade på de nyckelbegrepp som presenterats i det. Dessa nyckelbegrepp är: värde och värdeskapande, roller och samverkan, samverkansmetoder samt nyttiggörande. Vidare finns en del i verktyget som betecknats som förbättringsmöjligheter, som syftar till att visa på hur akademi och näringsliv kan utvecklas inom de tidigare presenterade nyckelbegreppen, för att öka samverkan och nyttiggörande. Detta kommer vara ett övergripande tema för analysens alla begrepp.

5.2.1. Värde och värdeskapande

Utifrån modellen om värdeskapande, som menar att värde skapas i den gemensamma sfären och i kundsfären, så kan detta konfirmeras med det empiriska underlaget, presenterat i förra kapitlet. De allra flesta menar att det är när forskningen faktiskt används och är implementerat, alltså i kundsfären, som det kommer till värde. Dock finns det en forskare som inte håller med, utan som upplever att värde skapas hos forskarna, alltså i leverantör sfären. Detta kan dock ses på olika sätt, eftersom att den forskaren ser kunskap som slutmålet, vilket gör att det ändå kan ses eller tolkas som att värdet är i kund sfären, bara det att kunden inte är specificerad på samma sätt eftersom att det då blir samhället i stort som är kunden och där värdet skapas. Dessa olika syner på vad målet är kan kopplas till kulturella skillnader mellan de två aktörerna som tidigare forskning även har bekräftat (Emil Görnerup, 2018). Det är dock viktigt att belysa att det här finns ett gap. Om man inte är överens om i vilken sfär man är i, eller hur processen ser ut, så blir det automatiskt ett glapp i den värdeskapande processen där aktörerna inte når fram till varandra, vilket hindrar nyttiggörande i stort.

5.2.2. Roller och samverkan

Med analysverktyget som utformats för denna studie i bakhuvudet, kan från empirin avläsas att de gemensamma svårigheterna och problemen som uppmärksammas från denna studie är främst kopplade till olika mål med processen, vilket gör att de två aktörerna upplever sig arbeta i olika riktningar och därmed har olika förväntningar och syn på värde. Detta gör att det inte är samma process som de två aktörerna ser, vilket skapar svårigheter i att hitta gemensam syn på värde, som nämndes tidigare. Det skiljer sig även i vilken aktör man anser har ansvaret att kommunicera ut forskningen, alltså ett glapp i vilka roller de två aktörerna ser sig själv respektive den andra parten ha, och detta skapar återigen glapp i den värdeskapande processen och minskar chansen för samverkan och nyttiggörande. Lösningarna som framkommit från denna studie är etablera en tidig kontakt mellan näringsliv och forskare för att få samsyn på både processen och målet i sig, men även roller kopplade till denna, vilket är i linje med Grönroos och Voimas modell för värdeskapande (2013). Även många intervjuobjekt i denna studie trycker på detta och vikten av egen erfarenhet, kunskap och nätverk, för att skapa en lyckad samverkan mellan akademi och näringsliv, vilket stärker tidigare forskning presenterat av Drach-Zahayy och Somech (2001), Cooke et al. (2000) samt Edquist och Flodström (1997), vilka alla menar att det kan vara värdefullt att ha olika kunskapsområden. Vidare önskas att belysa en annan aspekt av det intervjuobjekten presenterar, nämligen vikten av den *egna* kunskap mm., alltså att mycket ansvar verkar ligga på forskarna kring huruvida samverkan fungerar eller inte.

Ytterligare en dimension av värdeskapande, som tillkommit under studiens gång, är vikten av kommunikation från näringslivet till akademien. Tidigare presenterad forskning menar att detta flöde av kunskap och information, från näringslivet till akademien, rör sig om relevanta problemställningar och forskningsfrågor samt erfarenheter om tillämpningsmöjligheter (Edquist & Flodström, 1997). Denna kommunikation är något som näringslivet nämner mer explicit i denna studie, men som forskarna även efterfrågar enligt det empiriska underlaget. Vidare menar Edquist och Flodström att detta inflöde av information och kunskap till akademien är viktig för att säkra den samhällsrelevansen och kvaliteten på universitetens verksamhet, vilket även detta är i linje med slutsatserna från det empiriska underlaget för denna studie.

5.2.3. Samverkansmetoder

För att koppla samman den gemensamma sfären med de tre typerna av samverkan som Erfors (2005) presenterat, kan avläsas att det idag finns både kund-konsult samverkan, som exempelvis forskare A påvisar, samt näringslivsperson D och näringslivsperson F, men även en forskningsbaserad samverkan som forskare B nämner. Detta är dock inget som näringslivet nämner tydligt. Vidare finns även informell samverkan, men som inte så tydligt syns i det empiriska materialet. Detta kan dock vara för att denna inte är så aktiv i sin karaktär, utan snarare innebär ett längre samarbete mellan aktörerna och

kan ses inne finnas mellan projekt eller uppdrag, och därför inte uppkommer i intervjuerna för denna studie. Denna analys, att det framförallt verkar vara kund-konsult samverkan som ligger till grund för fungerande samverkan, tillsammans med tidigare analys med grund i Edquist och Flodström (1997) samt att det empiriska materialet medför att forskare i dagsläget saknar information från näringslivet kopplat till implementerbarhet och relevans, medför en större analys kring brister i samverkan. Denna brist är i grunden brist på kontakt och kommunikation, vilket medför en brist på tyst kunskap som innefattar förväntningar, målsättning mm. (Cooke et al., 2000). Detta i sin tur missgynnar samverkan mellan de två aktörerna, eftersom att de ses som heterogena, vilket det empiriska underlaget bekräftar.

6. Slutsats

I detta kapitel kommer slutsatser från studier presenteras. Detta innefattar en sammanställning av de viktigaste faktorerna kring hur de två aktörerna kan förbättra samverkan sinsemellan för att besvara frågeställningen, samt innefattar en mer generell bild av problemet. Slutligen presenteras förslag för vidare forskning.

För att svara på frågan om hur samverkan skall förbättras, för att öka nyttiggörandet och värdeskapandet, så finns förslagen att skapa plattformar för samverkan för att underlätta kontakten och vägarna mellan aktörerna. Detta verkar vara önskvärt från båda aktörernas synvinklar. Detta eftersom att problematiken kring samverkan är kopplad till kommunikation och kontakt, vilket medför problematik påvisad i empirin kopplad till skiljaktigheter mellan vad slutmålet är och därmed vad som är värdeskapande. Det är alltså viktigt att få samsyn på vad som är målet och därmed vad som skapar värde, och vilket riktning man ska ta dit. Lösningen på detta ser även här båda aktörerna lika på, en kontinuerlig kontakt mellan aktörerna under processen från idé till implementering. Vidare är det önskvärt att skapa mer utstakade vägar mellan aktörerna för att möjliggöra mer transaktionellt arbete i form av att man ska kunna arbeta både som forskare och inom näringslivet, vilket inte är fallet i nuläget. Framförallt att detta skall vara meriterande, för att uppmuntra båda aktörerna att utforska den andra aktören mer noggrant, som även Tuula Teeri, VD vid Kungl. IngenjörsvetenskapsAkademien, nämnt tidigare (Teeri, 2021). Detta skulle också öka förståelsen mellan de två aktörerna, vilket skulle minska behovet av överföringen av tyst kunskap, vilket som tidigare påvisat leder till nyss nämnda problem.

I dagsläget finns det yttre aktörer som stöttar forskare i att ta sin idé mot näringslivet, såsom exempelvis Vinnova, Kungl. IngenjörsvetenskapsAkademien samt innovationskontor kopplade till akademierna, men det saknas instanser i olika delar av processen, och det bör ordnas för att öka till denna kontinuitet som båda parterna pratar om. Från näringslivets håll idag finns denna kontinuitet nästan bara när forskning sker inom företaget, då företaget är med och tydligt bestämmer målet, vilket är den kund-konsult samverkan som Erfors (2005) nämner. Svårigheten i denna kontinuitet kan vara större än processen, då vissa forskare uttryckt i att forskning inte alltid ska ha ett mål, då man som forskare ibland behöver följa forskningen och inte målet, alltså att vissa forskare uttrycker en önskan om att samverkan skall vara forskningsbaserad eller informell. Här har näringslivet nån helt annan syn, där de ser att det är viktigt att ha ett mål med forskningen och snarare arbeta problemlösande och inte fritt. Denna syn är upp till staten att välja, vilket spår man ska satsa på. Men troligen finns det båda synsätten inom de två aktörerna, man behöver bara öppna upp vägarna mellan för att möjliggöra att man kan utnyttja båda synsätten och tillvägagångssätten.

För vidare forskning hade det varit intressant att undersöka hur processen från idé till implementerad produkt eller tjänst ser ut mer specifikt, och vilka möjligheter till stöd som finns under processens gång, både för forskare, men även stöd för näringslivspersoner att få kontakt med forskning och akademi. Detta hade gett ytterligare inblick i vad som kan förbättras när det kommer till samverkan och värdeskapande för att öka nyttiggörandet av forskning som produceras vid svenska universitet för att ytterligare öka Sveriges konkurrenskraft.

Referenslista

Attityd Karlstad, 2020. *Primärdata och sekundärdata*.

<https://www.attitydikarlstad.se/metoder/primardata-och-sekundardata/> (Hämtad 2020-11-27).

Bryman, A., 2018. *Samhällsvetenskapliga metoder*. Tredje upplagan. Stockholm: Liber.

Cooke, N. J., Salas, E., Cannon-Bowers, J. A., & Stout, R., 2000. Measuring team knowledge. *Human Factors* (42): 151–173.

Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S., 2005. Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. I N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (red.). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage Publications Ltd, pp. 1–32).

Drach-Zahavy, A., & Somech, A., 2001. Understanding team innovation: The role of team processes and structures. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice* 5(2): pp. 111–123.

Edquist, C. & Flodström, A., 1997. Den tredje uppgiften: universitet och samhälle i samverkan. I *Kunskap så det räcker? - Arton debattinlägg om utbildning och forskning*. Stockholm: SACO & SULF.

Erfors, A., 2004. *Det är dans i parken ikväll. Om samverkan mellan näringsliv och akademi som mäklande miljö och aktör*. Lund: Lund Business Press.

Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L.A., 1996. Emergence of a Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Science and Public Policy* 23(5): pp. 279-286.

Europeiska kommissionens meddelande. 2003-02-05. Universitetens roll i kunskapens Europa. KOM(2003) 58. Bryssel.

Grönroos, C., 2006. Adopting a service logic for marketing. *Marketing Theory* 6(3): pp. 317-333

Grönroos, C. & Voima, P., 2013. Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. *Journal of the Academy of Marketing Science* 41(2): pp. 133-150.

Görnerup, E., 2018. *Näringslivet och akademien - En undersökning om nyttan av samarbete*. Stockholm: Svenskt Näringsliv.

https://www.svensktnaringsliv.se/bilder_och_dokument/lm335m_naringslivet-och-akademienpdf_1003716.html/Nringslivet+och+akademien.pdf (Hämtad 2021-11-10).

Maurseth, P.B. & Svensson, R., 2020. The Importance of tacit knowledge: Dynamic Inventor Activity in the Commercialization Phase. *Research Policy* 49(7).

- Merriam, S., 1994. *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.
- Polanyi, M., 1967. *The Tacit Dimension*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Patent och Registreringsverket, 2021. *Nyttiggörande av forskning*.
<https://www.prv.se/sv/studenter-och-forskare/doktorand-och-forskare/nyttiggörande-av-forskning/>
(Hämtad 2021-10-02).
- Ravald, A., 2008. *Hur uppkommer värde för kunden?*. Helsingfors: Svenska Handelsakademin.
<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10227/296/190-978-952-232-0131.pdf?sequence=2> (Hämtad 2021-10-25).
- Rutfjäll R, J. Jacobsson, O., 2016. *Värdeskapandeprocessen. En studie i hur kundens värdeskapandeprocess ser ut vid användandet av ett specifikt anpassningsverktyg*. Diss, Uppsala Universitet. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-276283>
- Rönnberg, P., 2021. *Forskning är en otroligt outnyttjad resurs*.
<https://www.iva.se/publicerat/forskning-ar-en-otroligt-outnyttjad-resurs/> (Hämtad 2021-09-28).
- Given, L, M., 2008. *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods, Volume 1 & 2*. California: SAGE Publications.
- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A., 2019. Understanding research philosophy and approaches to theory development. I Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (red.). *Research Methods for Business Students*. Åttonde upplagan. Pearson Education, pp.128-171.
- SFS 1992:1434. *Högskolelagen*.
- Starks, H. & Trinidad, S.B., 2007. Choose your method: a comparison of phenomenology, discourse analysis, and grounded theory. *Qualitative health research* 17(10).
- SOU 2020:59. *Innovation som drivkraft - från forskning till nytta*.
- Teeri, T., 2021. *VD-ORD: Forskningsresultat måste utnyttjas mer effektivt*.
<https://www.iva.se/publicerat/vd-ord-forskningsresultat-maste-utnyttjas-mer-effektivt/> (Hämtad 2021-10-02).

Appendix A

Frågor ställda till forskare respektive näringslivspersoner:

Akademi

- Vad anser du är värde när det kommer till forskning?
- När uppfattar du att forskning kommer till värde?
- Vart i processen från en forskningidé till att forskningsresultatet är implementerat i samhället anser du att värde skapas?
- Hur skapar du värde och främjar värdeskapande av ditt forskningsresultat?
- Vad tror du att värdeskapande av forskningsresultat innebär för näringslivet? Har du några erfarenheter av detta?
- Har du samverkat med näringslivet för att skapa värde av din forskning? Vad är din uppfattning av detta? Vad fungerade bra, respektive dåligt? Hur skedde interaktionen?
- Vilken roll upplever du att du har när det kommer till värdeskapande av forskningsresultat? På vilka sätt bidrar du och vad har du för mål?
- Har du några konkreta önskemål/förslag för hur samverkan mellan forskare och näringsliv skulle kunna fungera bättre?
- Har du något som du vill lägga till när det kommer till ämnet nyttiggörande av forskningsresultat?

Näringsliv

- Vad anser du är värde när det kommer till forskning?
- När uppfattar du att forskning kommer till värde?
- Vart i processen från en forskningidé till att forskningsresultatet är implementerat i samhället anser du att värde skapas?
- Hur anser du att värde skapas och hur främjas värdeskapande från och av forskningsresultat?
- Vad tror du att värdeskapande av forskningsresultat innebär för forskare? Har du några erfarenheter av detta?
- Har du samverkat med forskare för att skapa värde av forskning? Vad är din uppfattning av detta? Vad fungerade bra, respektive dåligt? Hur skedde interaktionen?
- Skulle du kunna nämna de största utmaningarna i att samverka med akademien och forskare?
- Vilken roll upplever du att du har när det kommer till värdeskapande av forskningsresultat? På vilka sätt bidrar du och vad har du för mål?
- Har du några konkreta önskemål/förslag för hur samverkan mellan forskare och näringsliv skulle kunna fungera bättre?