

Så blir vi världsbäst på forskning

Innan artikeln: Toni kommentar:

Jadåå, då har 28 tungviktare bekräftat det du kunnat läsa till och från i detta Nyhetsbrev, vi i Sverige blir från körda på alla plan av omvärlden och det är själv förvållat, krisen är nu så stor att dessa 28 tungviktare tillsammans anser sig tvingade gå ut med en debatt artikel. Dessa 28 tungviktare som har direkt kontakt med maktens korridorer och regeringsledamöter mer än 1 gång i halvåret.

Vad är det för folk i regering och opposition som har så svårt att ta till sig det mest elementära, att vi behöver mer utbildning, inte mindre, vi behöver ett avreglerat samhälle och inte mera reglerat, vi behöver mer utrymme för innovatörer och inte mindre, vi måste ta bort alla bromsklossar i samhället vilket innebär bort med monopolen, avreglera där det går, sätt individen i förarsätet, social Sverige har havererat det begriper de flesta förutom LO kollektivet som bevakar sin maktposition och skiter i individen. I själva verket är debatt artikeln ett ynkedombevis på ett land som rattas av folk med ringa förståelse varifrån pengarna kommer, och monopolister som gör allt för att jävlas med sina kunder och entreprenörerna, kollektivtrafiken är ett lysande exempel på när allt går fel och likaväl finns det folk som stöder eländet, till och med den branschorganisation som är till för att ta vara på de privata företagens intresen, de få som finns kvar, men det gör dom inte då föreningen tagits över av motparten och medlemmarna fattar ingenting. Det vore som om LO tog över Arbetsgivarorganisationerna, omöjligt säger du, inte inom bussbranschen, vad säger dig detta?
toni

Det räcker inte med statliga forskningsmiljarder. Här är förslagen som Leif Johansson, Lena Treschow Torell och 28 andra tungviktare målar upp i ett unikt manifest inför höstens forskningsproposition. Målet är att ta Sverige till innovationstoppen.

<http://www.va.se/nyheter/2008/06/05/sa-blir-vi-varldsbast-pa-f>

§1 - Förändra attityder så att fler tar chansen

Attityder handlar om vad vi tycker om olika saker och företeelser samtidigt som de påverkar det vi gör eller inte gör när vi tvingas ta ställning i skilda situationer. För att få till innovationer krävs det hårdvara i form av regelverk och fungerande innovationssystem, men krafter under ytan i form av attityder är förmodligen ännu viktigare.

A) ATTITYDER GENTEMOT FÖRETAGANDE

Företagande är något som i vissa grupper fortfarande ses som en aning suspekt och förknippat med renodlat penningbegär. Vi måste börja se företag som en möjlighet att utveckla och pröva individers idéer och drömmar. Företagande är därmed ett viktigt fordon för innovativitet och företagsamhet i samhället.

B) ATTITYDER GENTEMOT INDIVIDEN

Innovation och nyskapande har alltid sitt ursprung i individen, inte i system eller strukturer. Främst handlar det om attityden att stötta forskare som driver företag kring sin forskning. Om vi vill ha mer innovation och innovationskraft i Sverige innebär det att vi måste se, erkänna och uppmuntra den enskilda personen. Detta är ett arbete som börjar mycket tidigt under uppväxt och skolgång.

C) ATTITYDER GENTEMOT MISSLYCKANDEN

Vi måste bli mycket mer accepterande gentemot misslyckanden. Den som skapar nytt och bryter ny mark lyckas inte alltid med det företagna. Kanske ska vi också börja använda en ny terminologi, och tala om missräkningar, som är en naturlig del av innovation, i stället för om misslyckanden.

D) ATTITYDER GENTEMOT OLIKA TYPER AV INNOVATIONER

Det finns en utbredd föreställning om att det skulle vara finare att hålla på med radikala innovationer än små stegvisa förbättringar. Många tror också att imitation inte är något vi håller på med i Sverige. En liknande uppfattning är att det är tekniska innovationer som räknas och inte innovationer inom branscher som tillhandahåller olika tjänster. Vi är vana att se på saker som antingen nya (och därmed bra) eller gamla, inte som nygamla eller gammal-nya. Vi riskerar att missa det som faktiskt kan ge stort ekonomiskt värde om vi tänker för snävt vad gäller innovationer.

Det är också fint att utveckla produkter och göra affärer med utvecklade länder, men inte lika fint att utveckla och tillverka produkter för utvecklingsekonomier. Vi behöver ändra våra attityder, tänka om, och bli mer globala.

§2 - Bygg "Team Sweden"

Det finns fortfarande en hel del misstro och negativa attityder mellan olika grupper – forskare och företagare, politiker och företagare, privata och offentliga aktörer, lärare och företagare, kvinnor och män, eller "svenskar" och invandrare. När vi accepterar de skillnader som finns men skapar känslan av att vara del av "Team Sweden" är något mycket viktigt vunnet. Under mottot "var och en världsartist, tillsammans ett vinnande team".

A) FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR LAGARBETE – ENTREPRENÖRENS FÖRSKOLA

Förändrade attityder och lagkänsla öppnar upp för samarbeten som i dagsläget bara är i startfasen. Samverkan mellan skolan, företagen och det offentliga bör genomsyra hela skolsystemet. Från förskola till högskola behöver barn och ungdomar uppmuntras till att förverkliga sina idéer genom eget företagande eller samverkan med redan befintliga företag och få möjlighet att bygga nätverk med personliga relationer till människor som kan hjälpa dem.

B) KORSBEFRUKTNING BYGGD PÅ LAGANDA

Befintliga företag utgör en bra grund för att kommersialisera uppfinningar, idéer och forskningsresultat. Genom att i större utsträckning dra nytta av det stora företags plattform med resurser för utveckling och marknadskommunikation kan ett mindre företag utveckla också sin affär. Eftersom satsning på FoU är relativt låg inom små och medelstora företag är samverkan med högskola och universitet viktig för att företagen ska få ta del av de senaste forsknings- och utvecklingsresultaten.

C) SAMSPEL MELLAN BRANSCHER

Mer lärande och erfarenhetsutbyte om innovationsprocesser mellan olika branscher berikar och

stärker innovationskulturen. Konstnärliga branscher är ofta mycket duktiga på kreativitet och originalitet, men sämre på att göra affärer. Inom basindustrin är försäljning och ekonomistyrning en självklar del av verksamheten, från största till minsta företag, medan innovationspotentialen kunde vara bättre tillvaratagen med kopplingar till design och originalitet. Dagens och morgondagens produkter är ofta kombinationer av funktion, fysisk bärare, image och en upplevelse för den som använder den, och vi behöver därför lyfta fram fantasi, skapande och kreativitet i högskoleutbildningen. Vi behöver fortsätta att utveckla mötesplatser där våra olika verksamhetsgrenar lär mer av varandra.

§3 - Utveckla viljan och förmågan att göra affärer

Vi har i alltför hög grad blandat samman begreppen uppfinning och innovation. I Sverige råder inte brist på uppfinningar och nya idéer, det råder brist på viljan och förmågan att kommersialisera dessa nya idéer. Att göra affärer av nya idéer handlar om att vilja och kunna skapa affärer, men det är i dag inte helt accepterat att tala om affärer eller pengar, eller att tillstå att man älskar eller kan göra affärer.

KOPPLA IHOP FOU, marknadsskapande, entreprenörskap, industrialisering och produktion. För att skapa en högre företagstillväxt måste forskningskunnande balanseras med ett kommersiellt kunnande. Kanske finns här också fröet till nyskapande kopplingar mellan traditionellt upplagda och skilda program på alla utbildningsnivåer.

§4 - Våra ta konsekvenserna av ett innovativt Sverige

Om vi vill främja innovation och affärsskapande i Sverige måste vi samtidigt inse att det medför vissa konsekvenser. Det går inte att förvänta sig att individer, företag, eller myndigheter ska ägna sig åt att skapa och genomföra nya idéer samtidigt som man förväntar sig hundra procent framgångsrika satsningar. Det går inte heller att förvänta sig mer kreativa och innovativa universitet utan att samtidigt fundera på hur de existerade systemen och strukturerna behöver förändras. Färre och större universitet är inte alltid bättre, men en satsning på starka forsknings- och innovationsmiljöer är avgörande för akademins och näringslivets konkurrenskraft.

A) INNOVATIONER OCH MISSRÄKNINGAR FÖLJS ÅT

Vill vi få fart på att skapa och kommersialisera nya idéer måste vi samtidigt acceptera att denna verksamhet följs åt av missräkningar. En av tio nya idéer blir riktigt framgångsrik och att den största delen av alla nya idéer inte är kommersiellt gångbara. Media har en viktig roll i sammanhanget – det är en stor skillnad mellan att kommunicera en missräkning som "fiasko" och "något vi kan lära oss från inför framtiden". Detta innebär inte avskaffandet av kritiska granskningar, vare sig av företags eller av myndigheters verksamheter, men för att få till innovation och förändring är konsekvensen att vi i framtiden måste visa mycket större förståelse och acceptans för felslagna satsningar på både den kommersiella arenan och på forskningsarenan.

B) INNOVATION I EN GLOBAL VÄRLD BETYDER ANPASSNING

In- och utflöden av individer med speciell kompetens är nödvändigt för korsbefruktning av idéer i svenska företag och universitet. Det är av största vikt att upprätthålla nätverk mellan alla de individer som har bott och studerat eller arbetat i Sverige, eller det omvända som kommer från andra länder och nu bor i Sverige, och som kan agera ambassadörer eller dörröppnare för oss hemma i sina länder. En av slutsatserna är att vi måste göra det attraktivt för individer och företag att söka sig till Sverige, men då måste vi samtidigt inse att historiska system och strukturer behöver anpassas.

§5 - Släpp loss krafterna i reglerade branscher

Det finns en enorm potential i att frigöra företagande i branscher som traditionellt har varit dominerade av offentlig och kommunal verksamhet. Att införa konkurrens på tidigare reglerade marknader är ett första steg som vi vet har positiva effekter på innovation och företagande. Vi föreslår ett "Samhällets Materielverk" som skulle göra kvalificerade teknikupphandlingar i samhällets tjänst.

FÖRUTSÄTTNINGARNA FÖR svensk innovationskraft är väl kända. Nu är dags att handla! Mycket av det som tidigare har saknats är redan på plats, eller snabbt på väg. Insikterna finns om att det är individens initiativ som är grunden för nyskapande och att entreprenörskap och företagande är en positiv kraft för innovationer. Från olika håll kommer det samtidigt tydliga signaler på en öppenhet till förändring inom de områden där det behövs.

LÅT OSS UTNYTTJA DET Sverige har på gång till att komma ur startblocken och bli en stark förebild på den internationella arenan.