

## Danmark som konkurrencedygtigt samfund

Hvilke udfordringer indebærer globaliseringen for den ikke-forskningsbaserede innovation?

### A. Fornyelse i hele værdikæden

Langt den største del af udviklingen i danske virksomheder er ikke-forskningsbaseret. Det er den ikke-forskningsbaserede fornyelse, der konstant skaber dynamik og muligheder i vores samfund.

Værdiskabelse sker i alle led, og i realiteten sker den væsentligste udvikling og innovation brugerdrevet. Derfor skal ikke alene virksomheder, men også lande, kunne udnytte de meget differentierede muligheder, der findes.

Globalt kan det udtrykkes ved, at vi skal have indsigt, og vi skal kunne sætte det bedste fra alle dele af verden sammen i en værdikæde, som giver kunden det produkt, der lige er den tak bedre end alle andre.

Værdikæden (Kilde 1)



Det er ikke brancheafhængigt. Men begreber som nye trends, koncepter, viden og produktionsomkostninger er elementer til skabelse af f.eks. 900 franchisebutikker i Kina, udnyttelse af IT-viden fra Ukraine og Indien, produktion af termostater på det globale marked, osv.

Store forskningsafdelinger er dyre. I et land med små og mellemstore virksomheder skal vi prioritere. Vi har ca. 38.000 forskere i Danmark. Skal vi forøge dette tal til det dobbelte? Og hvis vi gør det, hvad koster det så, og hvor relevant er det? Har det betydning, at det er netop os, der har den højeste teknologiske viden?

Produkter som velcro-bånd og teflon er som bekendt udviklet af NASA, men det forhindrer ikke, at vi kan udnytte det i danske virksomheder – endog forbedret med det rigtige design og den rigtige markedsføring. Så spørgsmålet er nok: Hvad de vil efterspørge i morgen?

En lang række analyser af den danske innovation viser, at vi internationalt set er utroligt stærke på den innovation, der opstår i dialogen mellem virksomhed og kunde – den såkaldte brugerstyrede innovation. (Kilde 2)

### Danske processtyrker i top

Danmark placerer sig i top 7 i en benchmark blandt 102 lande inden for følgende centrale områder:

- Processer – evnen til at tage ny avanceret teknologi i anvendelse
- Samarbejde – evnen til at fungere sammen på tværs af organisatoriske skel
- Flexibilitet – evnen til at tilpasse sig nye krav og vilkår hurtigt
- Kreativitet – evnen til at finde nye løsninger på konkrete kundebehov
- Relationer – evnen til at samarbejde på tværs af sektorer og grænser

(Kilde 3)

Teknologisk grundforskning er måske ikke svaret på Danmarks udfordringer i den globale økonomi. Jeg tilslutter mig, når professorer beskriver teknologisk innovation igennem to udsagn (Kilde 4):

- 1) Glem det – der er nok andre med flere penge, der har fundet ud af, at nanoteknologi er interessant.
- 2) Der findes mange andre former for innovation, som bare glemmes i debatten, fordi den føres af industritænkere.

For at Danmark skal klare sig i den internationale konkurrence, er det væsentligt, at der fokuseres på, at innovation foregår i hele værdikæden. Det er netop på viden om værdikæden og dens delelementer, at Danmark kan gøre sig gældende og skabe vækst. Det kalder vi global indsigt.

## B. Ved global indsigt udnyttes den omkostningsbaserede og vidensøgende globalisering

Globaliseringen foregår via tre overordnede trends og muligheder, henholdsvis den "omkostningsstyrede globalisering", den "vidensøgende globalisering" samt muligheder for udnyttelse af den globale indsigt. I den globale verden uden grænser og lave omkostninger til transport og logistik vil den simple produktion, der er omkostningsstyret, gå til de lande, hvor lønningerne er lave. At kunne tiltrække denne produktion hænger meget nært sammen med et samfunds generelle levestandard og velfærd. Danmark kan ikke og bør ikke konkurrere på omkostningsstyret globalisering.

Det er ikke nyt, at en masseproduktion af varer bliver placeret, hvor der er de laveste produktionsomkostninger. I den globale verden uden grænser og lave omkostninger til transport og logistik vil den simple produktion, der netop er omkostningsstyret, gå til de lande, hvor arbejdskraftomkostningerne er afgørende for konkurrenceevnen. For 15 år siden flyttede tekstilproduktionen til Portugal, i dag lægger man produktionen i Kina eller Indonesien. LEGO, Danfoss og andre store industrivirksomheder må flytte deres arbejdskraftsintensive produktion til de lande, som har de laveste lønninger.

I Danmark tror mange, at vi kan leve af vores viden, men det er ikke nødvendigvis tilfældet. Den vidensøgende globalisering er kendetegnet ved, at den mest rationelle og konkurrencedygtige viden vil blive etableret, hvor betingelserne for videngenerering er størst. Viden søger hen, hvor der allerede er en kritisk masse af viden. Dette er ikke nødvendigvis omkostningsrelateret, men relateret til de optimale vilkår for innovation i viden, herunder gode uddan-

nelsesmuligheder og kulturel basis, der understøtter viden.

Spørgsmålet er, om vi i Danmark overhovedet har økonomi og tilstrækkelig kritisk masse i viden på nogle områder. Generelt har Danmark ikke de optimale rammer for videnproduktion i stor stil, fordi vi mangler både mental, sproglig og kulturel kritisk masse. Får vi på et begrænset område en ledende forskningsposition, er det ikke givet, at vi kan udnytte denne i en for samfundet tilstrækkelig lang værdikæde. Har vi kapitalen til at udnytte dette, eller bliver produktet og ideen solgt som i Gigas tilfælde?

Vidste du at . . .

. . . for hver akademiker, der uddannes i Danmark, uddannes der 260 i Kina?

USA har takket være sine eliteuniversiteter og store hjemmemarked længe været førende på videnproduktion. Kina og Indien er i øjeblikket ved at udvikle sig i samme retning, og det hastigt voksende videnniveau, der opstår i de to lande, vil gøre dem til naturlige omdrejningspunkter for videnproduktion i fremtiden. I Europa har vi kun to universiteter på verdens top 50.

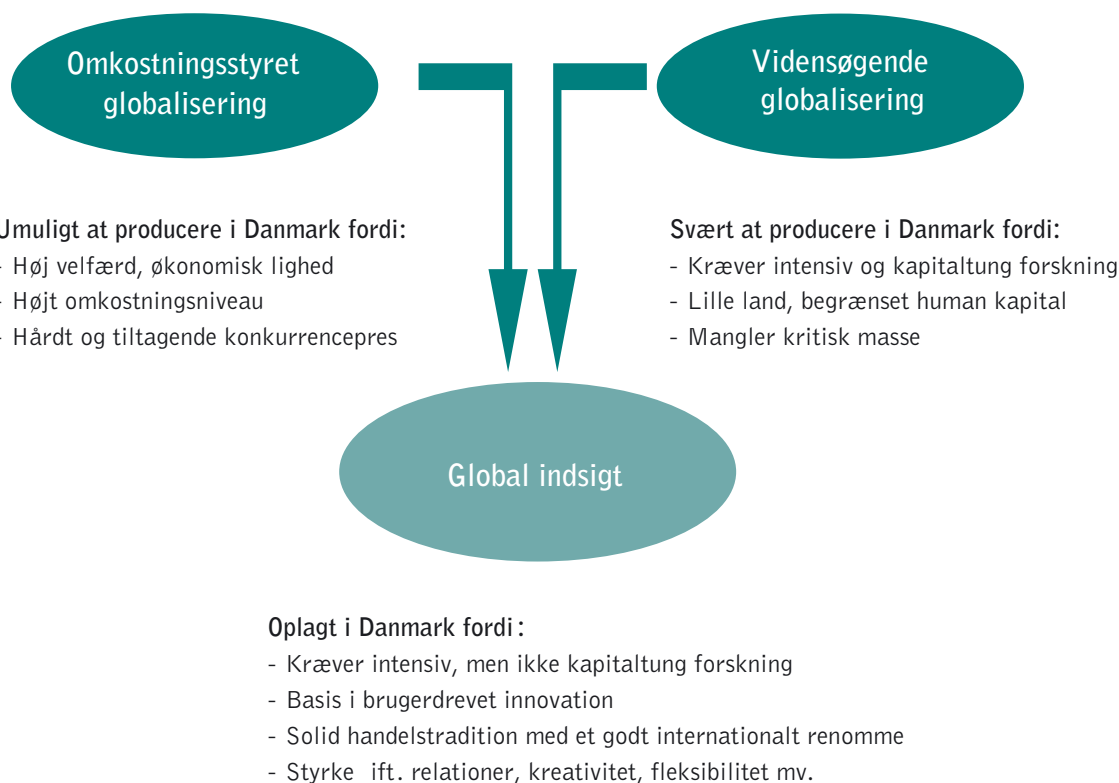
Vi har på nært hold i Dansk Handel & Service kendskab til IT-virksomheder, der har etableret sig med strategiske partnere i henholdsvis Ukraine og Indien. Disse strategiske partnerskaber er ikke baseret på omkostninger, men på, at viden på de specifikke IT-områder findes netop dér, i henholdsvis Ukraine og Indien. Det er heller ikke unaturligt, at en medicinalvirksomhed som Ferring vil etablere deres laboratorier og forskningsvirksomhed i Indien. Ikke fordi det er billigere at forske i Indien, men fordi den bioteknologiske viden i Indien er højere end i Danmark.

## C. Danmark skal leve af global indsigt

Danmark skal have global indsigt - det er det vi skal leve af.

I samarbejde med universiteter og forskningsinstitutioner har vi udarbejdet en lang række konkrete anbefalinger om, hvad vi bør forske i. De præsenteres under overskriften "Forskning i verdensklasse – et bud på en ny forskningspolitik". (Kilde 5)

Lad NASA udvikle et velcro-bånd, men lad os se den globale udnyttelse heraf. Derfor skal Danmark satse



på nye forskningsområder. Vi foreslår i vores oplæg 75 nye områder. Det er alle de områder, som bygger på ikke-højteknologisk forskning og produktion, men i større udstrækning på markedsforståelse. Vi tror på, at vi skal være førende til at anvende den viden, der opstår globalt i forhold til de markedsvilkår, der konstant ændrer sig. Det kræver indsigt, og det er derfor, vi kalder denne strategi for indsigtsdrevet globalisering.

Er Danfoss en højteknologisk virksomhed? Ja det må Danfoss selv svare på, men det er min opfattelse, at Danfoss vil have vanskeligt ved at klare sig internationalt på sigt, hvis den ikke forstår at udnytte de produktionsmuligheder, der findes i f.eks. Kina, forstår den kinesiske kultur og kan anvende Kina som et potentielt hjemmemarked. Det kræver ikke nødvendigvis højteknologi, men en god ide, der markedsføres i det rigtige design.

Højteknologi har en evne til at blive forældet eller kopieret og købt af dem, der har kapital til det. Global markedsindsigt og udnyttelse af andres viden er derimod en konstant innovativ proces – en proces som ikke forældes og kun vanskeligt kan kopieres. Denne strategi er ikke særligt omkostningskrævende, men kræver, at samfundet udvikler sig i en retning, hvor man kan anvende viden, har mod, skaberevner, handlekraft og lignende kvaliteter.

## D. Nokia – højteknologi eller design?

Regeringen har ofte anvendt Nokia som sit billede på og sin begrundelse for, at vi skal forske i højteknologi. Jeg tillader mig at anvende Nokia som bevis på, at det ikke er den højteknologiske forskning, som skal drive vores samfunds innovation og konkurrenceevne.

Nokia anvender godt nok ny teknologi, men Nokia udvikler kun i mindre grad teknologierne (Kilde 6). Men de forstår at udnytte den globale viden. Samtidigt får Nokia produceret sine produkter, hvor det økonomisk bedst kan betale sig. Nokias succes skyldes, at de praktiserer deres eget slogan "Connecting people" eller "Connecting opportunities", og:

- At de kender og udnytter både markedet for den "omkostningsstyrede globalisering" og den "vidensgørende globalisering", samt at de har global indsigt
- At de bruger værdikæden og udnytter denne
- At de innoverer det rigtige design, som rammer kundernes ønsker
- At de udnytter den rigtige markedsføring og kulturforståelse i de respektive markeder
- At de connecter

Nokia er med andre ord en markedsstyret virksomhed, der forstår at udnytte den globale viden og produktionsmuligheder.

Det Økonomiske Råds vismænd talte i foråret 2004 imod den meget snævre forskning: "Selvom det er fornuftigt at satse på anvendelsesorienteret forskning, er det problematisk, at midlerne målrettes på specifikke områder, uden at der foregår en samlet tværgående prioritering." (Kilde 7)

Der er andre virksomheder, vi kan nævne, der har samme fortrin som Nokia. Der er vel ingen, der betragter B&O som en højteknologisk virksomhed. Den teknologi, der anvendes, er kendt og købt fra underleverandører. Men designmæssigt er der ikke mange, der slår B&O, og kundekendskab og markedsføring er også i top.

## E. Global indsigt

Besvarelsen af Spørgsmålet om de globale udfordringer til den ikke-forskningsbaserede innovation er mangfoldig. Det er så at sige den vigtigste i vores velfærd. Vi skal derfor udvikle et samfund, der med global indsigt kan udnytte hele værdikæden i et globalt perspektiv.

En lang række af de virksomheder, som vi i Danmark med stor succes har gjort globale, betragter jeg i realiteten som succeser, netop fordi de har formået at have et højt markeds-kendskab og designkendskab samt haft evnen til at udnytte andres teknologier og få produceret det rigtige sted.

Der er nogle, der kalder dette for godt købmændskab, men det er i realiteten ikke nok. Det, der er behov for, er et samfund, der dynamisk arbejder med nye muligheder. Et samfund, der agerer internationalt på internationale præmisser, og som konstant forstår at udnytte de globale muligheder.

Kan vi forny viden og produktion og kombinere dette med design og markeds-kendskab? Udnytter vi i realiteten de forcer, der rent faktisk har været kendetegnende ved dansk erhvervsliv?

Vi skal ikke søge at fremelske fremtidens Niels Bohr, men finde ham ude i verden og udnytte al den viden, denne verdens Bohr' kan frembringe. Det kræver et vidensøgende samfund. Et samfund med en international indsigt og mod til at undersøge og anvende markedskræfter, design og entreprenørskab på det globale marked.

### Referencer

- 1) Værdikæden: "Viden og Vækst - innovation i væksterhvervene", Dansk Handel & Service, August 2004
- 2) Tal om brugerdreven innovation "Den Danske Strategi – Danmarks muligheder i det globale vidensamfund", Innovationsrådet oktober 2004. Brugerdreven innovation i dansk erhvervsliv", Danmarks Erhvervsråd, marts 2004.
- 3) Boks om Danmarks Innovations- og procesevner: "Den Danske Strategi – Danmarks muligheder i det globale vidensamfund", Innovationsrådet oktober 2004
- 4) "Fremtidens danske erhvervsvirksomheder" af Anders Drejer i "Værdiskabelse i fremtidens virksomhed", DI, marts 2005.
- 5) Generel argumentation omkring forskning, jfr. ny forskningspublikation: "Forskning i verdensklasse – et bud på en ny forskningspolitik", Dansk Handel & Service, april 2005
- 6) Manglende fordele ved "first movers", som f.eks. Nokia og Motorola, se Nordisk Innovations Center, Sintef (2003), High-Tech Spin-Offs in the Nordic Countries, Main Report and statistical annex
- 7) Vismandsudtalelse om problemer ved ensidig forsknings-satsning – Det Økonomiske Råd, Foråret 2004



Dansk Handel & Service  
Vester Farimagsgade 19  
1506 København V

Telefon 33 74 60 00  
Telefax 33 74 60 80

E-mail dhs@dhs.dk  
DHS.dk