

Gir deltakelse i kunnskapsnettverk tilgang til internasjonale havvindmarked?

Av: Maria Tsouri (Lund, UiO), Håkon Endresen Normann (NIFU, UiO) og Jens Hanson (SINTEF, UiO)



Våre funn viser at det avhenger av hvilke typer kunnskapsnettverk bedrifter inngår i. Pilot- og demonstrasjonsprosjekt har en positiv effekt, mens forskningsprosjekt bare har effekt når det er internasjonale partnere med.

Denne anbefalingen presenterer funn fra prosjektet RENEWGROWTH (Conditions for growth in renewable energy industries) som blant annet har sett på forutsetningene for å utvikle en norsk havvindindustri, med fokus på internasjonal markedstilgang. Norge har god kunnskap, infrastruktur og selskaper for å utvikle havvindindustri, særlig med bakgrunn i relatert maritim- og petroleumsindustri, men har hittil ikke hatt et hjemmemarked (Afewerki et al., 2019). Mens internasjonale marked byr på muligheter, er ikke tilgangen gitt. Spesielt i prosjektbaserte industrier som kjennetegnes av kompleksitet og hvor løsningene må tilpasses lokale forhold, som havvind, kreves gjerne tett samspill mellom kunder og leverandører.

Skape koblinger til markedene

Det er derfor viktig at det skapes koblinger til disse markedene. De kan skapes i fremvoksende næringer gjennom nettverk som går på tvers av ulik aktivitet (for eksempel mellom kunnskapsutvikling og aktivitet i markedet) (Binz & Truffer, 2017). En sentral norsk politikkstrategi, over tid, har vært å støtte forskning og kunnskapsutvikling for internasjonal konkurransekraft (Energi21, 2014). Det er derfor viktig å forstå hvordan, og i hvilken grad, aktivitet omkring kunnskapsutvikling bidrar til at norske bedrifter skaper de nødvendige kodingene, og får internasjonal markedstilgang.

[Studien vår](#) (Tsouri et al., 2021) ser derfor nærmere på i hvilken grad deltakelse i ulike typer kunnskapsnettverk skaper disse viktige koplingene. Vi tar utgangspunkt i et velkjent skille mellom to ulike modus for kunnskapsutvikling: interaksjonsbasert (Doing, Using, Interacting (DUI) og forskningsdrevet læring (Science, Technology, Innovation (STI)). Vi utforsker fem hypoteser.

Hypoteser

Interaksjonsbasert:

1. *Deltakelse i pilot- og demonstrasjonsprosjekt (PDP) har en positiv effekt på internasjonal markedstilgang.* Denne typen prosjekter kan kople sammen aktivitet knyttet til kunnskapsutvikling og marked, redusere risiko knyttet til marked og teknologi, samt skape nettverk til ulike typer aktører, inkludert kunder og brukere (Hellsmark et al., 2016).

Forskningsbasert:

2. *Deltakelse i flere forsknings- og utviklingsprosjekt (FoU) har en positiv effekt på internasjonal markedstilgang.* Deltakelse i FoU-prosjekt har vært vist å bidra til å etablere nettverk mellom aktører og bygge tillit. Videre kan bedrifter delta i FoU-prosjekt både for å styrke egen innovasjonsevne, men også for å få tilgang til internasjonale marked (Hagedoorn et al., 2000).
3. *Nasjonale samarbeidspartnere i FoU-prosjekt har en positiv effekt på internasjonal markedstilgang.* Fordi nye industrier preges av usikkerhet kan bedrifter foretrekke å samarbeide lokalt (Bathelt & Glückler, 2005). Samarbeid med bedrifter som allerede har tilgang til markedet kan også være nyttig for egen markedstilgang (van der Loos et al., 2020).
4. *Internasjonale samarbeidspartnere i FoU-prosjekt har en positiv effekt på internasjonal markedstilgang.* Selv om lokal kunnskap er viktig, kan den være utilstrekkelig. Kunnskap tilgjengelig internasjonalt kan være viktig for å få til nye kombinasjoner av kunnskap og fordi relevant kunnskap kan være utilgjengelig lokalt (Trippel et al., 2009; Aarstad et al., 2016).
5. *Internasjonale samarbeidspartnere fra land som har et havvindmarked gir en positiv effekt på internasjonal markedstilgang.* FoU-samarbeid kan være en kostnadseffektiv måte å danne partnerskap med aktører som har en tilstedeværelse i et lokalt marked (Hottenrott & Lopes-Bento, 2014). Særlig i industrier som krever tilpassede løsninger kan samarbeid med partnere som har tilgang til hjemmemarked antas å være viktig (Binz & Truffer, 2017).

Resultater

Studien viste at deltakelse i pilot- og demonstrasjonsprosjekter har en betydelig positiv effekt på tilgang til internasjonale marked (bekrefter hypotese 1). Deltakelse i flere FoU-prosjekt har derimot ikke effekt (avkrefter hypotese 2). Dette betyr ikke at deltakelse i FoU-prosjekt ikke er viktig, men at mengden FoU-prosjekt en bedrift er involvert i ikke ser ut til å ha innvirkning på markedsdeltakelse. Men, deltakelse i FoU-prosjekt har en positiv effekt når det er internasjonale partnere med (bekrefter hypotese 4). Vi ser ikke den samme effekten for nasjonale samarbeidspartnere (avkrefter hypotese 3). Til slutt ser vi at FoU-samarbeid med partnere fra land som har et hjemmemarked har positiv effekt på markedsdeltakelse (bekrefter hypotese 5).

Norsk politikk for havvindsatsning – noen anbefalinger

Studien vår viste at bedrifiers deltakelse i kunnskapsnettverk kan skape de viktige koplingene til internasjonale marked under visse forutsetninger. Deltakelse i demonstrasjonsprosjekt er spesielt viktig. Vi ser også at internasjonalt samarbeid, særlig med partnere fra land med et hjemmemarked, er viktig for at deltakelse i FoU-prosjekt skal ha en positiv effekt for norske bedrifiers internasjonale markedstilgang. En strategi fokusert på kunnskap for næringsutvikling i fravær av hjemmemarked kan dermed ha effekt dersom det legges til rette for pilot- og demonstrering, samt internasjonalt samarbeid.

Hjemmemarked

I et større perspektiv har prosjektet vårt vist at mange norske aktører har pekt på viktigheten av et hjemmemarked, og at et fravær av dette er spesielt krevende for mindre bedrifter (Afewerki et al., 2019; Normann & Hanson, 2018). I tillegg har prosjektet vist at de landene som har etablert større kommersielle hjemmemarked også har utviklet leverandørindustrier, særlig når det eksisterer relaterte industrier å bygge på (Steen et al., 2021). Norge har slike relaterte industrier å bygge på (Afewerki et al., 2019). Selv om deltakelse i demonstrasjonsprosjekter ser ut til å ha hatt en kompensereffekt i fravær av et hjemmemarked, er det derfor rimelig å anta at et større hjemmemarked også vil kunne skape ytterligere industriell aktivitet og styrke omstilling. Spesielt i lys av potensialet, og behovet, for omstilling i petromaritim næring, og utfordringene knyttet til internasjonal markedstilgang for mindre bedrifter.

[Se referanseliste](#)