

Økonomi og viden

Af Michael Møller og Niels Chr. Nielsen

Resumé

Viden spiller en stor rolle for den nutidige virksomhed. Også historisk har viden været væsentlig. Betingelserne for nutidens vidensbaserede virksomhed er imidlertid væsentligt forskelligt fra tidligere. Betydningen heraf analy-

seres i en **økonomisk sammenhæng**, herunder kontraktsforhold, udnyttelse af stordriftsfordele, aflønningsformer, informationens almene tilgængelighed, internationalisering, arbejdsmarkedets og de finansielle markeders funktion m.m.

Indledning

Temanummeret 1/2001 af *Ledelse & Erhvervsøkonomi* beskæftiger sig med "vidensledelse". Blandt de væsentlige temaer, der behandles, er relationen mellem individuel og kollektiv viden, den økonomiske og regnskabsmæssige værdi af viden for virksomheden, og strategier for anvendelse af viden.

Et overordnet synspunkt i mange af bidragene er, at vidensmængden er vokset enormt, og at dette i sig selv radikalt har ændret betingelserne for at drive virksomhed.

Økonomiske incitamenter glimrer i det store og hele ved deres fravær i de pågældende indlæg, som har et andet udgangspunkt end det økonomiske.

Et udgangspunkt for det følgende er, at det nok er rigtigt, at vidensmængden er vokset drastisk, men at det ikke er dette forhold i sig selv, der radikalt har ændret betingelserne for at drive virksomhed. Viden har altid været en kritisk betingelse for at drive virksomhed, i mange henseender mere kritisk tidligere end i dag. Derimod er der en række andre forhold – ofte meget fysiske forhold – der har ændret sig, således at betingelserne for den mod-

erne vidensbaserede virksomhed er anderledes end for den historiske vidensbaserede virksomhed.

Et andet udgangspunkt er, at økonomiske incitamenter spiller en meget stor rolle for skabelse af viden og for den måde, viden håndteres på i virksomheder og andre organisationer.

Dispositionen for det følgende vil være først ved eksempler og anekdotiske observationer at indikere, at viden også historisk har været en meget kritisk faktor for det at drive virksomhed og for hvorledes, økonomien i det hele taget udfolder sig. Dernæst påpeges en række kritiske faktorer, som bevirker, at betingelserne for den moderne vidensbaserede virksomhed er anderledes end for den historiske vidensbaserede virksomhed. Videre påpeges de økonomiske incitamenters betydning for skabelsen og anvendelsen af viden, herunder såvel individuel som kollektiv viden. Et væsentligt element i denne sammenhæng er, om det økonomiske resultat tilfalder den enkelte eller den organisation, han arbejder for. I hvilket omfang bliver resultatet, at vinderen tager det hele? I hvilket

omfang kan der udarbejdes hensigtsmæssige aflønningskontrakter, som sikrer en optimal incitamentsstruktur? Endelig er det afgørende for et optimalt incitament til skabelse af viden, at værdien af virksomhedens viden vurderes korrekt af de finansielle markeder.

Det lange perspektiv

Ordsprogenes Bog i Det Gamle Testamente er nedskrevet for mere end 2000 år siden, men er selvfølgelig blot en nedskrivning af generelle tanker, der er adskilligt ældre.

Ordsprogene drejer sig om vidt forskellige forhold, både børneopdragelse ("*Hvo som elsker sin søn, tugter ham*"), ægteskabelig lykke og forhold til venner og fjender. Det er imidlertid kendetegnende, at en ikke uvæsentlig andel af alle ordsprogene handler om værdien af viden/visdom/forstand.

Når der i ordsprogenes bog står: "*Køb visdom for alt hvad du ejer, køb forstand for det bedste du har*" og "*Tag ved lære, tag ikke mod sølv, tag mod kundskab fremfor udsøgt guld*" understreger det vel, at man altid har lagt vægt på viden. Vort budskab er ikke, at viden ikke er vigtig i dag. Det er den. Budskabet er derimod, at viden altid har været en væsentlig ressource for virksomheder, og at det næppe er muligt at argumentere overbevisende for, at viden generelt skulle være mere vigtig i dag end tidligere. På en lang række områder er der sket det, at viden er blevet mindre betydningsfuld for virksomhederne i den forstand, at virksomhederne har næsten samme information og kan skaffe sig næsten samme information.

I dag er virksomheders vidensmonopol af væsentlig kortere varighed end tidligere, hvilket begrænser denne videns økonomiske værdi og de anstrengelser, man vil gøre sig for at holde den hemmelig.

Går vi tilbage i tiden, finder vi en lang række eksempler på viden, der blev holdt hemmelig i en meget lang periode og derved gav enkelte virksomheder en afgørende konkurrencefordel. Blandt eksemplerne kan nævnes:

Venedigs spejle: For meget længe siden, bestod muligheden for spejling enten i at se sig selv i roligt vand eller også i at spejle sig i pudsede metaloverflader, begge dele metoder af mindre tilfredsstillende karakter. I 1300-tallet opnåede Venedig et effektivt monopol på at fremstille spejle. Det opretholdtes i en meget lang periode, blandt andet ved så drastiske midler som et forbud (under trussel om dødsstraf) for ansatte mod at forlade Venedig.

Porcelæn: Oprindeligt kunne kun kineserne fremstille porcelæn, og de beskyttede dette vidensmonopol med de mest hårdhændede metoder.

Transportveje/handelsruter: Tilbage i tiden var søkort og landkort blandt de store hemmeligheder. Viden om søvejen til Indien, om skær og stræder var af enorm værdi. Virksomheder, der havde fundet denne information, havde en værdifuld information, som var uhyre vanskelig for andre at skaffe sig. Denne viden var ofte "embodied" i den enkelte styrmand/kaptajn.

Finans: I det 19. århundrede opnåede Rotschild-slægten en dominerende position i Europa på finansområdet. For 30 år siden hørte historien herom med til almenviden, men det er vel næppe tilfældet i dag. Familien bestod af 5 brødre, der hver sad i én af de store europæiske byer. Herved skabtes et informationsnet, som var "second to none".

I den i dag eksisterende debat om "videnssamfundet" er det blevet meget almindeligt at fremføre, at virksomhedens største aktiver er dens ansatte, virksomhedens "human capital". Det bliver anskueliggjort på forskellige måder, f.eks. med at "selskabets kapital går ud af døren hver aften" og lignende.

Det kan være meget rigtigt – men spørgsmålet er, om det er nyt. Har det ikke

altid været tilfældet, at en virksomhed har haft nogle nøglemedarbejdere, som var uundværlige på grund af deres viden? Og kan man udelukke, at nøglemedarbejderne i dag er mindre centrale, end de var tidligere, simpelt hen på grund af at "disembodied knowledge" er steget i betydning, og fordi der i dag er et langt større antal personer, som kan opfylde den samme rolle nogenlunde lige godt, hvilket mindsker nøglemedarbejdernes værdi. Og samtidig er den eksisterende viden langt bedre dokumenteret.

Columbus indgik for 508 år siden en kontrakt, der sikrede ham ganske betydelige indtægter. Foruden en arvelig titel som admiral af verdenshavet og en stilling som generalguvernør over alle de lande og øer, han måtte opdage, stod der i kontrakten, der må betegnes som en af verdenshistoriens mest lukrative:

"He shall have a tenth share of all gold, silver, pearls, jewels and other merchandise that shall be found, bought, gained or otherwise produced in the countries which he is to discover."

Han var en nøgleperson.

Går vi 200-400 år tilbage, vil vi se, at de "vidende" faktisk rejste ganske meget og var ekstremt internationale, hvad enten de var kunstnere, videnskabsmænd, erhvervs-mænd eller embedsmænd. Det er klart, at de vidende procentvis var langt færre end i dag, da størstedelen af befolkningen var beskæftiget med manuelt arbejde i landbruget. Når Danmark fik en lov om indfødsret i 1773 var årsagen, at så stor en del af de øverste poster i statsadministrationen var besat med udlændinge, og at man ønskede at begrænse andelen af udlændinge. Netop det forhold, at de vidende var så få, gjorde det mere naturligt, at de rejste. For det første var rejser deres bedste chance for at møde ligesindede, for det andet var situationen ofte, at det enkelte

land simpelt hen ikke havde folk med ekspertise inden for alle områder. Før Danmark fik et kunstakademi, måtte billedkunst købes i udlandet. Med få læreantaler kunne ikke alle lande tilbyde deres borgere uddannelse på alle områder. Polakker som Madame Curie måtte for 100 år siden rejse til Frankrig for at få en medicinsk uddannelse.

Et særligt spørgsmål er, om det mest interessante er viden i virksomheden eller viden om virksomheden?

Viden **om** virksomheden er central. Og det har den altid været. Det drejer sig ikke kun om viden om, at virksomheden eksisterer, men snarere om tilliden til virksomheden og dens produkter. Et af de områder, hvor denne viden er mest central, er bankvæsen, men spørgsmålet gør sig i øvrigt gældende på utallige områder (vi vil have fuld tillid til medicin, til renheden af vort drikkevand, sikkerheden i vore fly osv.). Når vi ser på de største virksomheder, vil vi ofte se, at det væsentligste ikke er viden i virksomheden, men viden om virksomheden.

Værdien af Coca Cola er ikke formlen på Coca Cola. Formlen er kendt. Og værdien er heller ikke patentrettigheder. For værdien af Coca Cola-mærket er ikke viden, som Coca Cola-firmaet har, men derimod den viden, forbrugerne har. Mærket Coca Cola er hamret ind i deres bevidsthed.

Yahoo er måske verdens næstmest værdifulde varemærke. Værdien er ikke så meget de informationer, som ligger i Yahoo. Man kunne let tænke sig andre og bedre søgemaskiner, der ikke fik succes. Værdien af Yahoo er, at hundreder af millioner mennesker tænker på Yahoo, når de tænker på søgemaskiner.

Og værdien af et godt navn har altid været kendt, både som privatperson og som firma. Det er jo det, der har ligget bag tidligere tiders æresbegreber, hvor man begik selvmord, hvis man havde gjort noget uhæderligt.

Så spørgsmålet er, om der egentlig er så meget nyt. Eller havde prædikerer ret, da

han for ca. 2500 år siden skrev: "Der er intet nyt under solen"?

Nogle kritiske faktorer

Når betingelserne for den vidensbaserede virksomhed i dag alligevel er anderledes end tidligere, skyldes det ikke så meget den meget større vidensmængde, som det skyldes en række andre forhold i form af væsentligt ændrede ydre betingelser for virksomhedsdrift. Her skal påpeges seks faktorer, som væsentligt har ændret betingelserne for virksomhedsdrift, herunder haft afgørende betydning for virksomhedernes håndtering af viden og videnskabelse:

- omkostningsfunktionen
- det potentielle marked
- arbejdskraftens mobilitet
- informationens almene tilgængelighed
- dokumentation
- markedet for køb og salg af information

Andre forhold, som også er væsentlige, og som også har ændret sig, kunne være trukket frem, f.eks. forældelsesprocessens/ fornyelsesprocessens hastighed samt fordelingen mellem privat og offentligt produceret viden. Den følgende fremstilling vil imidlertid koncentrere sig om ovennævnte seks forhold.

Omkostningsfunktionen

På en række områder har der udviklet sig betydelige stordriftsfordele, typisk i form af meget store initialinvesteringer kombineret med ekstremt lave marginalomkostninger – undertiden er der overhovedet ingen marginalomkostninger. Det gælder hele vejen i værdiskabelseskæden fra forsknings- og udviklingsomkostninger over marketing (branding) og logistik (f.eks. de meget lave marginalomkostninger ved store containertransporter). Ligeledes er informationsteknologien karakteriseret ved ekstremt lave marginalomkostninger – en yderligere anvendelse af et stykke software koster reelt ingenting. Derfor ses klare tendenser

til stordrift inden for en lang række sektorer, f.eks. bank- og forsikringsvirksomhed, bilproduktion, medicinalindustrien for at nævne nogle få.

Det potentielle marked

I gamle dage var produktionen ofte begrænset til afsætning i det lokale sogn. Lave marginalomkostninger, lave logistikomkostninger og store brandingudgifter samt de forbedrede kommunikationsmuligheder har bevirket, at det naturlige marked i mange tilfælde er verdensmarkedet eller i hvert fald en væsentlig del heraf. I mange mindre provinsbyer findes "verdensfirmaer" inden for deres specielle område.

Arbejdskraftens mobilitet

Den individuelle kompetence er knyttet til en bestemt person og er derfor – set fra virksomhedens synsvinkel – af flygtig natur. Den vandrer ud af virksomheden, når den pågældende vandrer ud af virksomheden. Det moderne arbejdsmarked er karakteriseret ved væsentlig mere mobilitet end tidligere tiders arbejdsmarkeder, hvilket har væsentlige implikationer for videnskabelse og videnbevarelse i virksomheden. Men problemet er måske ikke så meget arbejdskraftens større mobilitet som det forhold, at en procentvis langt større andel af de beskæftigede får en ganske kostbar oplæring i virksomheden, og at vi har afskaffet de løsningsmodeller, som anvendtes tidligere. Tidligere var det sædvanligt, at man betalte et beløb til arbejdsgiveren for at være lærling og blive oplært i faget, og lærlingekontrakten løb i adskillige år. Jævnfør i øvrigt også med de vanskeligheder, flyvevåbnet har med at fastholde kostbart uddannede piloter, bl.a. på grund af uheldsmæssige kontraktformer.

Informationens almene tilgængelighed

Vidensmonopoler spiller formentlig en væsentlig mindre rolle end tidligere. En meget væsentlig del af den viden, der

skabes og ophobes i virksomheden, er i betydelig grad også offentlig information, bl.a. fordi virksomheden er underkastet en lang række oplysningsforpligtelser, og fordi megen af den viden, der er relevant for den enkelte virksomhed, kan replikeres af udenforstående.

Dokumentation

En virksomheds viden vil ofte i betydelig grad være nedskrevet og derved uafhængig af hvilke personer, der håndterer den pågældende viden. Og når personen forsvinder fra organisationen, befinder den pågældende viden sig fortsat i virksomheden.

Viden som handelsvare

Viden er blevet et langt mere omsætteligt aktiv. Dvs. den viden, der skabes i en virksomhed, behøver ikke nødvendigvis at blive udnyttet i den pågældende virksomhed. Ofte er videnskabelsen lagt ud til selvstændige virksomheder (f.eks. i medicinalindustrien). Viden kan derved leve en uafhængig rolle af dens anvendelse.

Implikationer

Analyse af viden i en økonomisk sammenhæng rejser en lang række problemstillinger. I det følgende skal tre problemstillinger trækkes frem. Det første spørgsmål er, hvorvidt der i vidensproduktion er indbygget en naturlig eksternalitet, der medfører tendenser til underinvestering i viden og kompetence, og hvorvidt dette kan modvirkes ved hensigtsmæssige kontraktsformer. Det andet spørgsmål er, hvorvidt den ændrede betydning af viden er ensbetydende med tendenser til øget økonomisk ulighed og tendenser til en "winner-takes-all-økonomi", hvilket i givet fald medfører ændrede ledelseskraav. Det tredje spørgsmål er, hvorvidt de finansielle markeder under vurderer værdien af viden og derved medfører et incitament til underinvestering i viden, hvilket i givet fald har implikationer for virksomhedens og dens ledelses kommunikation med omverdenen.

Skabelse af viden

Det er en udbredt opfattelse, at i det moderne videnssamfund er det væsentligt for virksomhederne at investere kraftigt i udviklingen af medarbejdernes kompetence og viden. Vore overvejelser leder snarere til den modsatte konklusion. I et moderne samfund med stor mobilitet på arbejdsmarkedet vil en investering i en medarbejders kompetence og viden øge den pågældende medarbejders værdi på arbejdsmarkedet stort set tilsvarende. Dvs. virksomheden afholder investeringsudgiften, men afkastet af investeringen tilfalder medarbejderen.

På det finansielle marked har man gentagne gange set, hvorledes store internationale banker opkøber investeringsbanker i andre lande, og hvorledes disse investeringsbanker – trods ihærdige bestræbelser på at udforme bonusordninger og andre mobilitetshæmmende kontraktsbestemmelser – efterfølgende tømmes for nøglemedarbejdere og derved mister en betydelig del af deres værdi.

Formuleringer i stil med "selskabets kapital går ud af døren hver aften" er måske ikke helt dækkende. Det er snarere medarbejdernes kapital, der går ud af døren hver aften.

Men hvorledes kan det så være, at virksomhederne rent faktisk foretager store investeringer i udviklingen af medarbejdernes kompetence og viden? For det gør de tilsyneladende.

Den mest ligefremme forklaring herpå er, at investeringerne i virkeligheden afholdes af medarbejderne og ikke virksomheden. Man må forestille sig, at der mellem virksomheden og den ansatte er en implicit kontrakt (undertiden endog en explicit kontrakt), som bevirker, at de ansatte har forventninger til, at virksomheden investerer i deres kompetence- og vidensudvikling, mod at de til gengæld får en lavere aflønning, end det ellers ville have været muligt at opnå på kort sigt.

Selvom det formelt er arbejdsgiveren, der betaler for kompetence- og vidensud-

vikling, som kommer medarbejderen til gode i form af et højere kvalifikationsniveau, er det på et arbejdsmarked i ligevægt reelt arbejdstageren, der betaler. Man kan i den forbindelse drage en analogi til pensionsordninger, som typisk er udformet på den måde, at arbejdsgiveren betaler en trediedel af pensionsbidraget, og arbejdstageren betaler to tredjedele. Men reelt er der ingen tvivl om, at arbejdstageren betaler hele pensionsbidraget.

Har man livslang ansættelse, som (tidligere) i Japan, opstår de påpegede incitamentsproblemer ikke i samme grad.

En forudsætning for, at medarbejderne selv kan opnå det fulde økonomiske udbytte af den kompetence og viden, de tilfører virksomheden, er, at der er gode alternative beskæftigelsesmuligheder, hvor denne viden og kompetence kan udnyttes. Det betyder omvendt, at det er optimalt for vidensbaserede virksomheder at satse på en specialisering og på udvikling af særlige medarbejderkompetencer, som er af større værdi for den pågældende virksomhed end for andre virksomheder.

Det skal endelig pointeres, at investering i viden og humankapital i sig selv er økonomisk begunstiget – uanset om det sker for virksomhedens eller medarbejderens regning – i forhold til investeringer i fysiske aktiver. Det følges af, at der i vid udstrækning er straksafskrivning for investeringer i viden og humankapital.

Kontraktsovervejelser

Det følger af det forudgående, at der vil være et stærkt incitament for virksomheden til at træffe foranstaltninger, der hæmmer arbejdstagerens mobilitet. Tidligere var konkurrenceklausuler mere almindelige. Nu anvendes dette instrument i mindre grad, og ofte er det således, at selvom der eksisterer konkurrenceklausuler, så håndhæves de ikke. Dels hænger det sammen med, at sådanne klausuler ofte unødigt vil hæmme de pågældendes erhvervsmuligheder, men det hænger også sammen med, at viden generelt er mere almen

tilgængeligt, samt at adskillige medarbejdere ofte har tilnærmelsesvis samme viden. Men selvfølgelig må medarbejdere fortsat ikke flytte til konkurrenter medbringende kundedatabaser eller centrale nye forskningsresultater.

I stedet er tendensen kraftigt gået i retning af mere positive belønningssystemer. Man tilstræber at belønne for at blive i virksomheden i stedet for at straffe for at forlade virksomheden.

Et væsentligt argument for optionslignende aflønningsformer er, at nøglemedarbejdere (typisk ledende medarbejdere og centrale forsknings- og udviklingsmedarbejdere) herved knyttes nærmere til virksomheden.

Der forekommer at være tre hovedformål med optionslignende aflønningsystemer: (1) at øge lønforskellene, (2) at hæmme mobiliteten samt (3) at opnå en bedre incitamentsstruktur.

Normalt er det (2) – positivt formuleret som fastholdelse af gode medarbejdere – og (3), der fremføres som de væsentlige begrundelser. Reelt er det nok (1), der er hovedbegrundelsen. Lønnen til de bedste afspejler ikke deres bidrag til virksomhedens resultater. I stedet for direkte at lave en mere skæv aflønningsstruktur forbedrer man indirekte de bedstes aflønning ved at tilbyde deltagelse i optionsagtige aflønningsystemer. Det ses bl.a. af, at mange optionsordninger er næsten sikre penge tilsat en smule risiko. Det bekræftes desuden af de kraftige sænkninger af udnyttelseskursen, der er sket i mange amerikanske virksomheder, efter at et kraftigt aktiekursfald har gjort de oprindelige optioner værdiløse. Den stadige fremhævelse af, at de ledende medarbejdere påtager sig en stor risiko ved at investere i virksomheden, forekommer overdrevet i forhold til de faktiske realiteter.

Fastholdelse er kun et argument for optionsaflønning, hvis man ved hjælp af optioner kan gøre noget, som man ikke kan gøre ved hjælp af andre metoder, f.eks. bonusbeløb betinget af, hvor længe man

bliver i virksomheden. Faktisk er sådanne betingede bonusbeløb et mere præcist fastholdelsesmiddel end betingede optioner er. For hvis aktiekurserne falder, kan optioner blive værdiløse, hvorved de mister deres fastholdelseskraft.

Et væsentligt, men overset argument for aktieoptioner er, at de gør lønsammenligning vanskeligere. En ansat i selskab A med optioner sammesteds, der i forbindelse med tilbud om stillingskift får tilbudt optioner i selskab B, vil have vanskeligt ved at afgøre hvilke optioner, der er de mest attraktive. Erfaringer viser, at folk har en tendens til at foretrække "det de har" og "det de kender", jf. dels det af Thaler anvendte "regret- begreb", dels tendensen til overvægtning af hjemlandets aktier i den normale investors portefølje.

Anvendelsen af optioner til at kapitalisere deres kompetence og viden på er dog ikke et særlig præcist virkende instrument for medarbejderne og heller ikke for virksomheden. Men alternativet for virksomheden, at udvirke en mere skæv lønstruktur, er heller ikke særlig attraktiv og kan være vanskelig at gennemføre, uden at der opstår en betydelig lønglidning.

Vinderen tager en stigende andel

Der er næppe tvivl om, at den økonomiske ulighed i de vestlige lande i de senere år er blevet forøget i den forstand, at de højst indtjenendes indkomster er steget relativt mere end indkomsterne for befolkningen i almindelighed. Det kan dog næppe henføres til en øget betydning af viden som sådan. Ligeledes gælder det, at vidensmonopoler spiller en relativt mindre rolle i dag end tidligere. Virksomhedens viden er i høj grad dokumenteret og nedskrevet og dermed personuafhængig. Ofte har mange personer tilnærmelsesvis samme information. En væsentlig del af virksomhedens interne viden er ofte i en tilnærmelsesvis form offentlig viden. Desuden er der en betydelig viden om den viden, andre har, ligesom viden ofte er en handelsvare, dvs. der er et marked for viden.

Implikationen heraf ses bl.a., når børsmæglere laver forecasts. Sådanne forecasts har ofte en akkurate, som om de pågældende analytikere var beskæftiget internt i virksomheden. En anden implikation er, at vidensproduktionen ofte kan adskilles fysisk – og eventuelt også ejermæssigt – fra selve vareproduktionen, som f.eks. når der opstår selvstændige forsknings- og udviklingselskaber i medicinalindustrien.

Mere afgørende for tendensen til øget økonomisk ulighed er de tidligere omtalte seks faktorer, som har ændret sig og medført klare tendenser i retning af en "vinderen-tager-det-hele" økonomi.

Stordriftsfordele og det forhold, at det potentielle marked ofte er en væsentlig del af verdensmarkedet, bevirker i disse år store restruktureringer af en række sektorer, f.eks. den finansielle sektor, medicinalindustrien, benzin- og olieindustrien, bilindustrien, telesektoren m.m.

Stordriftsfordelene findes også i kommunikationen direkte med forbrugerne, f.eks. i underholdningsindustrien, som er blevet en mere eller mindre global aktivitet, og i forbindelse med branding af konsumvarer.

Det påvirker efterspørgselsstrukturen for viden og kompetence. For større virksomheder er den bedste rådgivning meget mere værd end den næstbedste rådgivning. Dette afspejler sig i betalingen for rådgivning vedrørende juridiske problemer, finansiering, marketing etc. Kun det bedste råd er godt nok. Og blandt rådgiverne tager vinderen om ikke det hele, så en meget stor bid af kagen.

Også for mange vidensbaserede – ofte mindre – informationsteknologivirksomheder gælder det, at de befinder sig i en "vinderen tager det hele" situation, dvs. der er en lille sandsynlighed for, at de bliver en stor succes og en stor sandsynlighed for, at resultatet bliver overordentligt midelmådigt. Hver gang der kommer ny information til markedet, revideres sandsynlighederne, og resultatet er derfor en meget betydelig kursvolatilitet. Kommunikation af

viden til markedet får derfor en meget central rolle.

Viden og de finansielle markeder

I forbindelse med vidensbaserede virksomheder kan man stille det spørgsmål, om de finansielle markeder er i stand til rationelt at vurdere værdien af sådanne virksomheder, dvs. rationelt at vurdere værdien af virksomhedens viden.

Dette er et væsentligt spørgsmål, for hvis de finansielle markeder ikke er i stand til at foretage en sådan rationel vurdering, vil det have en uheldig indflydelse på virksomhedens incitament til at producere viden.

Svaret synes at være, at de finansielle markeder gennemgående er i stand til at foretage en rationel, dvs. unbiased, vurdering af vidensbaserede virksomheders værdi.

Et stykke ad vejen er dette svar betryggende. Det er dog ikke fuldt betryggende.

For det første er vurderingen af viden meget afhængig af den information, virksomheden giver omverdenen. Ledelsen kan i denne forbindelse have et incitament til at give biased information, og markedet vil foretage en (negativ) diskontering af dette incitament til at give for positiv information. Herved vil virksomheder, der giver korrekt information blive for lavt vurderet og vil have for små incitamenter til at producere viden. De vil først og fremmest have et incitament til kommunikationsmæssigt at forsøge at overvurdere værdien af deres viden.

Dernæst bevirker tendensen til "vinderen-tager-det-hele-markeder", at der vil være meget stor volatilitet. En unødigt stor volatilitet er en samfundsøkonomisk omkostning og reducerer incitamentet til at producere viden.

Det skal dog i den forbindelse fremhæves, at også fysiske aktiver i en moderne økonomi har en meget usikker værdi. Fysiske aktiver forældes hurtigt, mister let deres værdi, hvis markedsforholdene ændrer sig, samt har ofte ringe værdi i alternativ anvendelse.

Så forskellen mellem fysiske aktiver på den ene side og viden på den anden side er næppe af den størrelsesorden, som man umiddelbart skulle forestille sig. Begge typer af aktivers værdi kan være meget usikker og værdien ved alternativ anvendelse er ofte beskedent.

Den umiddelbare konklusion synes at være, at viden i princippet vurderes rationelt af markedet, men at der vil være et incitament til at kommunikere en viden til omverdenen, som ikke er i overensstemmelse med den faktiske viden. Markedet tager i sin vurdering højde for dette incitament. Desuden vil vidensbaserede virksomheder være karakteriseret ved en stor volatilitet i kurs- og værdifastsættelsen.

*Kommer der noget, om hvilket man siger:
"Se, her er da noget nyt!" det har dog for
længst været til i tiderne forud for os. Ej
mindes de svundne Slægter, og de ny, som
kommer engang, skal ej heller mindes af
dem, som kommer senere hen.*

Prædikerens bog, 1. kapitel, vers 10-11.

Summary

Knowledge figures prominently in both present-day business and historically. However, conditions for the knowledge-based business of today are essentially different from those of earlier times. The significance of this is analysed in an economic perspective, including contractual issues, the utilisation of economies of scale, forms of remuneration, general accessibility of information, internationalisation, the functions of the labour market and the financial markets, etc.

Litteratur

Augier, Mie og Vendelø, Morten Thanning: På jagt efter ledelse: Organisering af viden i en foranderlig og usikker verden. Ledelse & Erhvervsøkonomi, 1/2001, s. 49-58, 2001.

Henriksen, Lotte: Videndeling – en forandringsproces snarere end en teknologisk udfordring – implementering af videndeling. Ledelse & Erhvervsøkonomi, 1/2001, s. 29-37, 2001.

Larsen, Heine Thorsgaard og Mouritsen, Jan:
Videnledelsens 2. bølge – en recentrering af
videnledelse gennem videnregnskabet. *Ledelse &
Erhvervsøkonomi*, 1/2001, s. 5-16, 2001.

Møller, Michael og Nielsen, Niels Chr.:
Performanceafhængig aflønning. Temanummer
om "Multidimensional ledelse", *Ledelse &
Erhvervsøkonomi*, nr. 1, p.5-20, 1994.

Møller, Michael og Nielsen, Niels Chr.:
"Aktieoptioner som aflønningsform", København
1988

Møller, Michael og Nielsen, Niels Chr.:
"Information og finansielle markeder" i Klaus
Nielsen (red.): *Nyere udviklingslinier i økonomisk
teori*, 1988.

Møller, Michael og Nielsen, Niels Chr.: Finansielle
markeder. Incitamentsstrukturer og ressourceal-
lokering, Handelshøjskolens Forlag, 1999.

Petersen, Nicoline Jacoby og Østergaard, Sille:
Videnskolektivering som videnstrategi. *Ledelse
& Erhvervsøkonomi*, 1/2001, s. 17-27, 2001.

Wenneberg, Søren Barlebo: Videnledelse på uni-
versiteterne – når viden både skal produceres og
anvendes. *Ledelse & Erhvervsøkonomi*, 1/2001, s.
39-48, 2001.

