



VIDEN ER IKKE BARE VIDEN

Vidensøkonomien er et grundvilkår, ikke kun for højteknologiske virksomheder, men for alle typer af virksomheder. Viden er dog ikke bare viden, men en mangesidig ressource. Virksomheders brug af forskellige typer af viden og vidensbaser – analytisk, syntetisk og symbolsk – giver forskellige lokaliseringsbehov og brug af netværk.

Af Christine Benna Skytt & Lars Winther

Et centralt fokus i økonomien de seneste år har været viden og dens centrale rolle i økonomiske aktiviteter. Det er blevet argumenteret, at det nuværende stadie af kapitalismen kan beskrives som en vidensøkonomi, hvor evnen til konstant at skabe, dele, bruge og genbruge viden er blevet en væsentlig konkurrenceparameter for virksomheder, byer og regioner. Viden kan dog ikke bare forstås som en homogen ressource - virksomheder er knyttet til forskellige vidensbaser og anvender derved forskellige typer af viden. Dette har stor indflydelse på deres lokaliseringsbehov og samarbejdsrelationer. Det betyder, at forskellige videns typer er lokaliseret forskellige steder, og at stederne i sig selv har forskellige muligheder for udvikling i vidensøkonomien.

Artiklen ser på vidensøkonomiens geografi, og hvordan forskellige virksomheder og erhverv anvender forskellige typer af viden. Den viser, at studiet af forskellige typer af vidensbaser – den analytiske, den syntetiske og den symbolske – er et brugbart analytisk værktøj til at forstå, hvordan forskellige typer af virksomheder og erhverv anvender forskellige typer af viden, og hvordan det

påvirker deres samarbejdsrelationer og lokaliseringsbehov.

Forskellige typer af viden

Det er gennem innovation og derved ny viden, at virksomhederne kan øge deres konkurrenceevne og sikre deres eksistens fremover. Derfor er fremkomsten af vidensøkonomien, dvs. en økonomi baseret på produktion, distribution og brug af viden og information, blevet et bærende element i samfundsøkonomien. Disse argumenter er dog mere komplekse end som så, bl.a. fordi viden ikke kan opfattes som et homogent og ligeligt tilgængeligt gode, men derimod er et gode, som er en mangesidig ressource, der antager forskellige former og manifestationer i økonomien og geografien. Viden som mangesidig ressource kommer til udtryk i forskellige sammenhænge. Der kan f.eks. være tale om videnskabelig viden, håndværksmæssig viden eller teknologisk viden. Disse typer af viden bliver ofte opfattet som en ressource, der kan bidrage til at udvikle virksomhedernes produkt og produktionsproces.

En vigtig pointe er, at fremkomsten af en videns-

økonomi gælder hele økonomien, dvs. den stigende produktion og brug af viden og information er noget, som alle virksomheder og organisationer må forholde sig til. Ofte peges der dog på, at vidensøkonomien omfatter bestemte sektorer, som har en særlig høj grad af vidensintensitet, f.eks. højteknologiske industrierhverv eller vidensservice. Andre er mere specifikke og ser på enkelte vidensøkonomiske brancher som bioteknologi eller arkitektur – disse erhverv og virksomheder får ofte en del opmærksomhed både i analyser af økonomisk vækst og i politik, men som vi skal se nedenfor, gælder den øgede brug og produktion af viden også lav- og mellemteknologiske brancher. Hertil kommer, at vidensøkonomien også handler om en række virksomheder og brancher, hvis primære produkt er viden i form af f.eks., design eller tekniske løsninger.

At viden samt produktion og brug af viden er blevet vigtigere for virksomhederne, betyder, at der er kommet et øget fokus på den infrastruktur, bredt forstået, som omgiver virksomhederne og deres brug og produktion af viden, herunder deres netværk til vidensinstitutioner som universiteter,

andre virksomheder og ikke mindst deres medarbejdere, som i høj grad producerer og bruger viden og information. Det er i dag også denne infrastruktur, som er medvirkende til virksomhedernes lokalisering. Således er viden og vidensproduktion blevet et vigtigt tema i analysen af by- og regionsudvikling. Dette ikke mindst i en analyse og forståelse af de lokaliteter, som understøtter produktionen, distributionen og brugen af viden.

Vidensbaser og lokalisering

I litteraturen skelnes der almindeligvis mellem tre typer af vidensbaser: den analytiske, den syntetiske og den symbolske vidensbase (Asheim, 2007). Forskellige erhverv trækker på forskellige vidensbaser, og disse har direkte indflydelse på virksomhedernes praksisser og processer herunder deres lokalisering. På trods af at studiet af vidensbaser er en simplificeret opdeling af komplekse sammenhænge, giver det som analytisk værktøj indsigt i, hvordan forskellige former for vidensproduktion kommer til udtryk i virksomheders lokalisering.

I virksomheder, hvor videnskabelig viden og radikale innovationer er vigtige for at skabe nye pro-

dukter og dermed øge konkurrenceevnen, trækkes der primært på den analytiske vidensbase. Der er tale om viden og innovationer, der ofte bygger på håndgribelig, nedskrevet viden – selve vidensproduktionen og innovationsprocessen er ofte baseret på gældende videnskabelige modeller og metoder, mens den resulterende innovation ofte bliver dokumenteret i videnskabelige publikationer og patenter. I sådanne erhverv er vidensproduktion og innovation baseret på kognitive og rationelle processer, og bliver ofte produceret i samarbejde mellem virksomheder, forskningsinstitutioner og det offentlige. Virksomheder, der primært trækker på en analytisk vidensbase, har derfor en tendens til at være lokaliseret i tæt geografisk nærhed til universiteter og andre forskningsinstitutioner, da dette kan give adgang

til vigtige forskningsmiljøer. Da sådanne institutioner ofte findes i storbyregionerne, vil man ofte finde en koncentration af analytisk vidensbase-rede erhverv i storbyerne. Medicinalindustrien og bioteknologi i Danmark er gode eksempler på sådanne erhverv, hvor der ses en meget stor koncentration af virksomheder og beskæftigede i og omkring Hovedstadsområdet. (Hansen & Winther, 2010a; 2010b).

Den syntetiske vidensbase dominerer i erhverv, hvor vidensproduktion og innovation ofte skabes ved at bruge eksisterende viden eller gennem nye kombinationer af eksisterende viden. Produktionen af syntetisk viden er baseret på modificering af eksisterende produkter eller processer, og handler om at skabe og forbedre tekniske løsninger til konkrete erhvervsmæssige problematikker.





I erhverv, der tækker på syntetisk viden, bliver viden og innovation ofte produceret i projekt-baserede samarbejder mellem virksomheden og dennes kunde og leverandører gennem 'learning by doing, using and interacting' og involverer derfor uhåndgribelige, tavse komponenter af viden. Grundet vigtigheden af kundetilpassede løsninger og den delvist uhåndgribelige beskaffenhed af den viden, der bruges i innovationsprocessen, har syntetisk vidensbaserede virksomheder en tendens til at være lokaliseret i traditionelle erhvervsklynger, hvor ansigt-til-ansigt kontakt med leverandører og kunder er mulig. Et godt eksempel på et erhverv, der primært trækker på syntetisk viden, er metalindustrien i Danmark, hvor der ses en stor koncentration af virksomheder uden for storbyregionerne bl.a. i Midt- og Nordjylland (Hansen, 2010).

Endelig findes der erhverv, som primært producerer viden i form af design, symboler, brands, kulturelle artefakter og æstetiske attributter til produkter. Sådanne erhverv trækker primært på en symbolsk vidensbase, hvor ny viden bliver produceret ved kombination af eksisterende viden på nye måder. Denne vidensproduktion er ofte stærkt afhængig af forståelsen af forbrugernes hverdagsliv, og er derfor meget kontekst-afhængig og karakteriseret af stærkt uhåndgribelig viden. Virksomheder, der primært trækker på den symbolske vidensbase, har en tendens til at være lokaliseret i centrale dele af urbane områder. Forklaringen på dette er, at urbane områder har en central placering i transport- og kommunikationsnetværk. Desuden har urbane områder ofte en stor koncentration af kreative virksomheder og højtuddannet arbejdskraft, og ydermere giver den høje koncentration af forbrugere i disse områder en større mulighed for at monitorere og fortolke

disses adfærd, hvilket er essentielt i symbolsk vidensproduktion (Skytt, 2010; 2011). Industriel design er et erhverv, der lever af at producere æstetiske eller funktionelle attributter til produkter og/eller processer, og er derfor et erhverv, der primært trækker på symbolsk viden. I industriel design finder vidensproduktion primært sted i midlertidige samarbejdsprojekter med kundevirksomheder, hvor der i nogle faser af projektet er behov for ansigt-til-ansigt kontakt. Studier af industrielle designere, der er lokaliseret i København (Skytt, 2010; 2011) viser dog, at det afgørende for industrielle designeres valg af lokalisering i København er, at der er en stor koncentration af relaterede (men diverse) erhverv samt at der er adgang til diverse vidensnetværk (f.eks. gennem professionelle design-organisationer), og ikke, som argumenteret i litteraturen om vidensbaser (Asheim, 2007), at kundevirksomhederne nødvendigvis er lokaliseret i geografisk nærhed.

Konklusion

Vidensøkonomien har for alvor bidt sig fast i storbylandskaberne især med en markant koncentration af talent, vidensarbejdere og vidensintensive erhverv, hvilket skaber store udfordringer mht. erhvervsudvikling og jobskabelse for byer og regioner uden for vækstområderne (Hansen & Winther, 2010a; 2010b). Brugen af vidensbaser bidrager med et praktisk, analytisk værktøj til forklaringen af vidensproduktion og lokaliseringsårsager i forskellige typer af erhverv, hvilket er vigtigt at holde sig for øje i planlægningen. Forskellige typer af erhverv, også lav- og mellemteknologiske, trækker på forskellige typer af viden, og dette har stor indflydelse på deres samarbejdsrelationer i vidensproduktionen og dermed på deres lokaliseringsbehov. Derfor er det vigtigt, at planlægningen

tænker sted (lokalitet), erhverv og vidensbaser sammen, når fremtiden planlægges. Det er dog vigtigt at holde sig for øje, at vidensbaser er en simplificering af komplekse sammenhænge, og at forskellige erhverv i den virkelige verden vil trække på flere forskellige vidensbaser i deres vidensproduktion, men som analytisk planlægningsværktøj giver det dog mulighed for i højere grad, at få en forståelse af virksomheders lokaliseringsbehov i vidensøkonomien.

Litteratur

- Asheim, B.T. (2007): Differentiated knowledge bases and varieties of regional innovation systems. *Innovation*, Vol. 20(3), 223-241.
- Hansen, H. K. og Winther, L. (2010a): The spatial division of talent in city regions location dynamics of business services in Copenhagen. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 101(1), 55-72.
- Hansen, H. K. og Winther, L. (2010b): Talenternes geografi. *Arbejdskraftens kompetencer, kreativitet og regional udvikling i Danmark*. *Geografisk Orientering*, 32-34.
- Hansen, T. (2010): The Danish fabricated metal industry: A competitive medium-low-tech industry in a highwage country. *Danish Journal of Geography*, Vol. 110(1), 65-80.
- Skytt, C. B. (2010): The Geography of the Knowledge Economy: Unpacking the Socio-Spatial Relations of Knowledge Creation in Danish Regions. Ph.d.-afhandling, Institut for Geografi og Geologi, Københavns Universitet.
- Skytt, C.B. (2011): 'It is not about the clients. It is about my friends': Location Dynamics and Location Factors for Industrial Designers in Denmark. Unpublished manuscript.