

THE JOURNAL
OF THE
ECONOMIC
SOCIETY
OF FINLAND

E K O N O M I S K A
S A M F U N D E T S
T I D S K R I F T

INNEHÅLL

PETER MILDÉN OCH CARL-JOHAN ROSENBRÖIJER:
**DAGLIGVARUHANDELN I FINLAND –
FRÅN INDUSTRIELLT PRODUKTIONSFOKUS TILL
IT- OCH KEDJESTYRT DISTRIBUTIONSFOKUS**

ÅKE FINNE:
IBLAND KAN DET VARA BÄTTRE ATT VARA TYST

ERKKI LIIKANEN:
**GLOBALA OBALANSER OCH EUROPEISKA
UTMANINGAR**

GUNNAR ROSENQVIST:
**DEN EKONOMISKA UTBILDNINGEN PÅ SVENSKA
I FRAMTIDEN I FINLAND**

2

2 0 0 5

ÅRGÅNG 58 TREDJE SERIEN

FI-ISSN 0013-3183

EKONOMISKA SAMFUNDET I FINLAND (grundat 1894)

Samfundets syfte är att underhålla och vidga intresset för den ekonomiska vetenskapen samt arbeta för tillämpningen av denna vetenskap i det ekonomiska livet. Samfundet anordnar diskussioner och föredrag om aktuella ekonomiska ämnen med framträdande personer i näringslivet, den offentliga förvaltningen och den ekonomiska forskningen som inbjudna föredragshållare. Samfundet utger tidskriften Ekonomiska Samfundets Tidskrift. Medlemmar i Ekonomiska Samfundet får tidskriften som medlemsförmån. Ansökan om medlemskap riktas till skattmästaren.

Styrelsen 2005

Styrelsemedlemmar: professor Tom Berglund (ordförande), VD Henrik Winberg (vice ordförande), forskningsdirektör Rita Asplund, VVD Filip Frankenhaeuser, divisionschef Satu Huber, avdelningschef Kjell Peter Söderlund, kansler Bertil Roslin, bankdirektör Jan Tallqvist.

Sekreterare: specialsakkunnig Ingallil Aspholm, Finansinspektionen, PB 159, 00101 Helsingfors.

Telefon: +358 10 831 5357. Gsm: +358 400 840 314.

Telefax: +358 10 831 5214.

E-post: ingallil.aspholm@rahoitustarkastus.fi

Skattmästare: Peter Pomoell, Tjäderbacksvägen 6A, 01260 Vanda.

Telefon: 050-525 3964. E-post: peter.pomoell@kolumbus.fi.

Ekonomiska Samfundets hemsida: www.ekonomiskasamfundet.net

EKONOMISKA SAMFUNDETS TIDSKRIFT (grundad 1913 och åter 1923)

Redaktörer: professor Leif Nordberg (Åbo Akademi), ED Ralf Eriksson (Åbo Akademi), PD Tom Björkroth (Åbo handelshögskola) och lektor Henrik Palmén (Svenska handelshögskolan)

Ansvarig utgivare: professor Leif Nordberg

Associerade redaktörer: docent Rita Asplund (Näringslivets forskningsinstitut, ETLA), professor HC Blomqvist (Svenska handelshögskolan), professor Markus Jäntti (Åbo Akademi), prof. Martin Lindell (Svenska handelshögskolan), prof. Anders Löflund (Svenska handelshögskolan), prof. Gunnar Rosenqvist, prof. Rune Stenbacka (Svenska handelshögskolan) och professor Stefan Sundgren (Svenska handelshögskolan)

Redaktionssekreterare:

ekon.mag. Sonja Grönblom-Holmqvist (Åbo Akademi)

Artikelbidrag sänds per e-post i överenskommet program till någon av redaktörerna.

Redaktionens adress:

professor Leif Nordberg, Åbo Akademi, Institutionen för samhälls-ekonomi och statistik, Fänriksgatan 3 B, 20500 Åbo.

Telefon: 02-215 4163. Telefax: 02-215 4677

E-post: leif.nordberg@abo.fi

ED Ralf Eriksson, Åbo Akademi, Institutionen för samhälls-ekonomi och statistik, Fänriksgatan 3 B, 20500 Åbo. Telefon: 02-215 4529.

Telefax: 02-215 4677. E-post: ralf.eriksson@abo.fi.

PD Tom Björkroth, Åbo handelshögskola, Institutet för konkurrens- och handelspolitiska studier, Rektorsåkersgatan 3, 20500 Åbo.

Telefon: 02- 4814 332. E-post: tom.bjorkroth@tukkk.fi

Lektor Henrik Palmén, Svenska handelshögskolan, Institutionen för finansiell ekonomi och ekonomisk statistik, PB 479, 00101 Helsingfors.

Telefon: 09- 431 33294. Telefax: 09-43133 393.

E-post: henrik.palmen@hanken.fi

Manuskripten skall vara utformade i enlighet med Direktiv till skribenter i Ekonomiska Samfundets Tidskrift som publiceras på omslagets insida.

Recensionslitteratur sänds till redaktionssekreteraren, ekon.mag. Sonja Grönblom-Holmqvist, Åbo Akademi/ISES, Fänriksgatan 3 B, 20500 Åbo. Telefon: 02- 215 4195. Telefax: 02-215 4677. E-post: sonja.gronblom-holmqvist@abo.fi.

Prenumeration: Prenumerationspris 2005 (3 nummer): 25 Euro. Prenumerationen kan göras genom alla tidningsombud och bokhandlar eller direkt genom redaktionssekreteraren, ekon.mag. Sonja Grönblom-Holmqvist, adress ovan. Prenumerationen är för ett kalenderår.

Lösnummer och äldre årgångar: Lösnummerpris: 10 Euro.

Lösnummer och äldre årgångar erhålls av redaktionssekreteraren, ekon.mag. Sonja Grönblom-Holmqvist, adress ovan.

Adressändring: Anmälan om adressändring görs till skattmästaren, Peter Pomoell, Tjäderbacksvägen 6A, 01260 Vanda. Telefon: 050-525 3964. E-post: peter.pomoell@kolumbus.fi.

Annonser: Redaktionssekreteraren, ekon.mag. Sonja Grönblom-Holmqvist, adress ovan. Bakpärm 500 Euro, 1/1 sida 330 Euro, 1/2 sida 250 Euro.

Ekonomiska Samfundets Tidskrift utges tre gånger om året av Ekonomiska Samfundet i Finland.

THE JOURNAL OF THE ECONOMIC SOCIETY OF FINLAND (founded 1913 and again 1923)

Editors: Professor Leif Nordberg (Åbo Akademi University), Dr Ralf Eriksson (Åbo Akademi University), Senior researcher Tom Björkroth (Turku School of Economics and Business Administration) and Lecturer Henrik Palmén (Swedish School of Economics and Business Administration)

Editorial Secretary:

Sonja Grönblom-Holmqvist (Åbo Akademi University)

The articles should be sent in electronic format to one of the editors: Professor Leif Nordberg, Åbo Akademi University, Fänriksgatan 3 B, FIN-20500 Åbo, Finland.

Dr Ralf Eriksson, Åbo Akademi University, Fänriksgatan 3 B, FIN-20500 Åbo, Finland.

Senior researcher Tom Björkroth, Turku School of Economics and Business Administration, Institute for Competition Policy Studies, Rektorsåkersgatan 3, FIN-20500 Åbo, Finland.

Senior lecturer Henrik Palmén, Swedish School of Economics and Business Administration, PO Box 479, FIN-00101 Helsingfors, Finland.

Books for review should be sent to:

The Editorial Secretary, Sonja Grönblom-Holmqvist, Åbo Akademi University/ISES, Fänriksgatan 3 B, FIN-20500 Åbo, Finland.

Subscription: Subscription Price 2005 (3 issues): 25 Euro.

Orders may be sent to any subscription agent or bookseller or directly to the editorial secretary, Sonja Grönblom-Holmqvist, address above. Subscriptions are supplied on a calendar year basis.

Single Issues and Back Issues: Single Issue Price: 10 Euro. Single issues including back issues are available from the editorial secretary, Sonja Grönblom-Holmqvist, address above.

The Journal of the Economic Society of Finland is published three times a year by The Economic Society of Finland.

EKONOMISKA SAMFUNDETS TIDSKRIFT

THE JOURNAL OF
THE ECONOMIC SOCIETY OF FINLAND

2005 : 2

Redaktörer:	Professor <i>Leif Nordberg</i> ED <i>Ralf Eriksson</i> PD <i>Tom Björkroth</i> Lektor <i>Henrik Palmén</i>
Associerade redaktörer:	Docent <i>Rita Asplund</i> Professor <i>H.C. Blomqvist</i> Professor <i>Markus Jäntti</i> Professor <i>Martin Lindell</i> Professor <i>Anders Löflund</i> Professor <i>Rune Stenbacka</i> Professor <i>Gunnar Rosenqvist</i> Professor <i>Stefan Sundgren</i> Professor <i>Lars-Erik Öller</i>
Redaktions- sekreterare:	Ekon.mag. <i>Sonja Grönblom-Holmqvist</i>
Editors:	Professor <i>Leif Nordberg</i> Dr <i>Ralf Eriksson</i> Senior researcher <i>Tom Björkroth</i> Senior lecturer <i>Henrik Palmén</i>
Editorial Secretary:	<i>Sonja Grönblom-Holmqvist</i>

LEDARE	63
---------------------	-----------

A R T I K L A R

PETER MILDÉN OCH CARL-JOHAN ROSENBRÖIJER: DAGLIGVARUHANDELN I FINLAND – FRÅN INDUSTRIELLT PRODUKTIONSFOKUS TILL IT- OCH KEDJESTYRT DISTRIBUTIONSFOKUS	67
ÅKE FINNE: IBLAND KAN DET VARA BÄTTRE ATT VARA TYST	83

F Ö R E D R A G

ERKKI LIIKANEN: GLOBALA OBALANSER OCH EUROPEISKA UTMANINGAR	91
--	-----------

D E B A T T

GUNNAR ROSENQVIST (RED.): DEN EKONOMISKA UTBILDNINGEN PÅ SVENSKA I FRAMTIDEN I FINLAND	105
---	------------

R E C E N S I O N

KLAS FREGERT OCH LARS JONUNG: MAKROEKONOMI. TEORI, POLITIK & INSTITUTIONER (LARS-ERIK ÖLLER)	111
PETER FREDHOLM: 99 KONCEPT – FÖR DIG SOM VILL ANVÄNDA IT FÖR VERKSAMHETS- OCH AFFÄRSUTVECKLING (MIKAEL COLLAN)	115
JAN KELLGREN: REDOVISNING OCH BESKATTNING – OM REDOVISNINGENS BETYDELSE FÖR INKOMSTBESKATTNINGEN (KAROLINA SÖDERLUND)	117
CONTENTS IN BRIEF	120

TOM BJÖRKROTH*

POLITICES DOKTOR

Tankar om främjandet av konkurrens, fortsatt avreglering och om national-ekonomernas arbetsfält

I Finland ansvarar Konkurrensverket för tryggheten av den ekonomiska konkurrensen genom att vid behov ingripa i konkurrensbegränsningar. Det konkurrensbefrämjande arbetet tar sig uttryck i att man på förhand påverkar strukturer, författningar och handlingsätt som kan hämma konkurrensen, oberoende om dessa skapats av den privata eller offentliga sektorn. I över två decennier har omfattande regleringssystem avskaffats (prisregleringen) eller tonats ner (utrikeshandel med jordbruksprodukter). Det har skett en ordentlig gallring av systemet med behovsprövade tillstånd inom trafiken och ett flertal monopolrättigheter har också framgångsrikt undanröjts.

När Finland anslöt sig till Europeiska Unionen 1995 innebar detta att avregleringsprocessen försnabbades ytterligare. För tillfället är sikten inställd på den offentliga sektorns roll inom områden som kunde gynnas av konkurrensutsättning. Konkurrensverket har försökt utstaka principer om hur bedöma den offentliga näringsverksamhetens effekter på konkurrensen. Tidigare har en av de viktigaste uppgifterna varit att se till att de statliga affärsverken inte använder sig av sina ensamrätter eller av de erhållna skattemedlen på ett sätt som förvränger konkurrensen. Den of-

fentliga produktionen har ju varit skyddad, vilket fortfarande bidrar till incitament att på ett konstgjort sätt begränsa konkurrensen.

Den kommunala serviceproduktionen får i en nära framtid anpassa sig allt bättre till marknadsvillkoren. Ingenting torde hända med kommunernas skyldighet att ombesörja välfärdstjänsterna, utan det handlar främst om att hitta alternativa sätt för tjänsteproduktionen, när ekvationen med en åldrande befolkning och kommunernas ekonomiska svårigheter vållar stora problem för välfärdssamhällets fortsatta existens. I sista hand handlar det om strävan att använda varje skatteöre på ett effektivt sätt, utan att bastyggheten äventyras. Det borde därför inte föreligga någon egentlig målkonflikt mellan privat tjänsteproduktion, konkurrensbefrämjande och offentliga sektorns budgetvett, utom möjligen en ideologisk, med en inbyggd aversion mot den privata företagsamheten.

Även om diskussionen redan varit laddad, blir frågorna verkligt glödgheta när den konkurrensbefrämjande verksamheten når sina mål inom luftfarten, järnvägarna eller t.ex. taxiverksamheten.

Finlands medlemskap i Europeiska Unionen har också medfört att konkurrens-

* Institutet för konkurrenspolitiska studier, Åbo handelshögskola, Åbo.

tillsynen samarbetar på Europeisk nivå. Konkurrensmyndigheternas nya verksamhetsmodell ECN infördes under sommaren 2004. Nätverket var ett resultat av reformerna av EU:s konkurrensregler, där syftet var att omfördela verkställigheten av konkurrensfrågorna från kommissionen till de enskilda medlemsländerna. Nätverkets centrala uppgift är att se till att konkurrensreglerna, där kommissionen fungerar som vägvisare, tillämpas på ett enhetligt sätt inom hela unionen. Nätverket bygger i all sin enkelhet på utbyte av information mellan myndigheterna, allokering av ärenden myndigheterna emellan samt på gemensamma handräckningar och utredningar till andra myndigheter.

Utbytet av information sker i ärenden beträffande konkurrensbegränsningar, som kan påverka handeln mellan medlemsstaterna (dvs. omfattas av artiklarna 81 och 82 i EG-fördraget). Informationsutbytet pågår från att ett ärende tagits upp för behandling till utbyte av bevismaterial.

Bevismaterial kan givetvis innehålla t.ex. företagspecifika konfidentiella uppgifter vilket utgör ett orosmoment. Den rättsliga grunden som tillämpas här medför ändå att en myndighet inte har automatisk skyldighet, utan endast behörighet att lämna över uppgifter. Överlämnandet av informationen bör dessutom alltid föregås av att en annan myndighet uttryckligen ber om den.

Nätverket syftar också till att klargöra arbetsfördelningen mellan de berörda myndigheterna. Det skall vara möjligt att från fall till fall kunna bedöma, vilken instans som är bäst lämpad för en viss uppgift. De sakområdesmässiga och geografiska aspekterna spelar givetvis här en stor roll, men som en tumregel nämns, att om ett konkurrensfall påverkar konkurrensen i tre eller flera länder, är kommissionen mest behörig att handlägga ärendet.

Samarbetet länderna emellan i dylika inspektioner är ingalunda problemfritt för de enskilda myndigheterna. Som ett exempel kan nämnas det som den s.k. leniency-para-

grafen fört med sig. Med "leniency" avses här befrielse från påföljdsavgift enligt 9 § i lagen om konkurrensbegränsningar.

Barmhärtigheten i leniency-paragrafen innebär, att den av deltagarna i en kartell som avslöjar kartellen kan på ansökan åläggas sänkta påföljder eller helt befrias från dessa. Om informationen från en dylik ansökan kommer ut till nätverket, får inte myndigheter i andra länder utgående från detta sätta igång motsvarande kartellutredningar. Detta är viktigt i. o. m att hela leniency systemets trovärdighet annat fall kunde äventyras.

Leniency-förfarandet anses vara ett effektivt vapen i att spräcka karteller och få de skyldiga företagen till svars. Tillsvidare är fallet från ifjol med Stora Enso, UPM-Kymmene och Metsäliitto kanske det mest kända fallet där detta förfarande tillämpats. För övrigt kan man säga att konkurrensmyndigheternas arbetsbörda inte blivit lättare pga. detta system. Företagens oro och vilja att försäkra sig om att de inte är med i något lagvidrigt har varit större än väntat.

I all sin enkelhet verkar leniency systemet genialiskt enkelt. Den som tjallar först om en kartell går fri. De övriga kan, ifall de hjälper till med utredningarna, åläggas sänkta böter.

För tillfället är en kartell alltså ännu instabilare än vad mikroteorin ger vid handen. Olika experiment har gjorts i syfte att ytterligare förstärka denna aspekt. Men frågan är huruvida och hur länge leniency-systemet har denna effekt. Jag syftar här på möjligheten att deltagarna i kartellen senare blir dömda till skadestånd, vars sammanlagda belopp kanske rejält överstiger böterna. Kan t.ex. oproportionerligt stora skadestånd, börja fungera som lim i kartellens fogar? Kanske Nobelpristagaren Reinhard Selten, eller någon annan, gör denna utvidgning i de redan existerande spelteoretiska modelleringarna. Resultaten kan ha viktiga policykonsekvenser i en situation, där vi inte vill riskerar att glida i riktning mot liknande förfaranden som i Förenta Staterna.

Vad kommer att hända med den traditionella konkurrenstillsynen? Vi kan vara säkra

på att konkurrensbegränsande aktiviteter består trots konkurrensmyndigheternas och lagstiftarnas strävanden. En faktor som, glädjande nog, håller på att uppleva en revitalisering är den kvantitativa konkurrensanalysen. Den tidiga struktur-beteende- prestanda paradigmen har fått se sig ersättas av modernare metoder, inte minst vad gäller tillämpning av ekonometriska metoder. Den renässans som följde på Bresnahans kontributioner från 1980-talet har betytt mycket för att vi nu bättre skall kunna sammanfoga mikroekonomins strukturella modeller med empirin och utgående från detta dra slutsatser om företagets beteende på marknader, istället för att behöva ty oss till lösare konstruktioner, vars empiriska relevans även ofta ifrågasatts.

Ett uttryck för att nationalekonomiska och statistiska metoder uppskattas inom konkurrenstillsynen är att det på uppdrag av Office of Fair Trading (OFT) inom några års

lopp utkommit två större verk om hur man bör tillämpa kvantitativa metoder i konkurrensanalys. Kan nationalekonomerna och statistikerna hitta en gemensam nisch i detta? Kända nationalekonomer svarade för bearbetningen av de båda versionerna. Kopplingarna mellan nationalekonomer och konkurrensmyndigheter kunde väl vara intimare också i vårt land. Den färskaste direktörsutnämningen i konkurrensverket är onekligen ett betydande steg i rätt riktning. Ett närmare samarbete skulle inte enbart gynna konkurrensforskningen, utan kunde också höja den praktiska nationalekonomins och närliggande vetenskapers anseende. I bästa fall kunde detta också leda till en fruktbar dialog mellan det juridiska kunnandet och nationalekonomin. Jag hävdar utgående från detta, att en bra och ändamålsenlig utbildning av nationalekonomer och statistiker i framtiden kan skapa en genuin efterfrågan på dessa.

PETER MILDÉN*

EKON. LIC.

CARL-JOHAN ROSENBRÖIJER**

EKON. DR.

DAGLIG- VARUHANDELN I FINLAND — från industriellt produktionsfokus till it- och kedjestyrt distributionsfokus

Den finska parti- och detaljhandeln anses vara mycket utvecklad, och distributionen av dagligvaror¹ betraktas allmänt som effektiv (Aura, 1980). Ett typiskt drag för den finländska handeln är förekomsten av konkurrerande grupper eller kedjor. Speciellt utmärkande är detta för dagligvaruhandeln där kedjorna i dag står för 94 % av handeln, och de tre största kedjorna har en marknadsandel på ca. 80 % (Kauppa 2003). Koncentrationen inom distributionen har, enligt det dåvarande Andelslaget Elantos chefsdirektör Ylermi Runko, uppstått av historiska skäl:

* överlärare vid företagsekonomi/ARBIT, ARCADA.

** överlärare och seniorforskare vid företagsekonomi/ARBIT, ARCADA. (ARBIT="Applied Research in Business and IT")

¹ Med dagligvara avses förutom livsmedel sådana produkter som kunder är vana att köpa i samband med livsmedelsinköp. Till dagligvaror hör således livsmedel, drycker, tobaksprodukter, tekno-kemiska produkter, papper för hushållet, tidningar och kosmetika. Med dagligvaruaffär avses en affär som erbjuder hela sortimentet av dagligvaror. Butiken fungerar oftast enligt självbetjäningens principen som snabbköp. Livsmedelns andel av försäljningen är ca 80 %. (Kauppa 2003)

Trots att dagligvaruhandeln i Finland ger ett stabilt och statiskt intryck åt en utomstående betraktare har det som ett resultat av samhällsliga drivkrafter skett stora förändringar och anpassningar såväl inom kedjorna som mellan kedjorna under de senaste årtiondena. Syftet med denna artikel är att belysa de samhällsliga drivkrafterna och handelns anpassningar till dessa. Dagligvaruhandeln har som ett resultat av samhällsliga förändringar, bl.a. på grund av politiska, ekonomiska och teknologiska orsaker utvecklats från en produktionsorienterad och i många fall ideologiskt driven verksamhet till en IT- och kedjestyrd företagsekonomisk verksamhet. Artikeln belyser bl.a. de olika kedjornas framgångar och svårigheter med att anpassa sig till förändringarna i samhället.

En orsak är att vårt samhälle under de långa krisårens varuknapphet vände sig vid ransonerings och reglering, en annan att den i tiden starka andelsrörelsen tvingade den privata handeln till samma metoder.

(Runko, 1987, s.8.)

Motsvarande koncentrationsgrad inom dagligvaruhandeln finns endast i de nordiska länderna (Aura, 1980). Konkurrenten mellan kedjorna har varit hård och branschen har under 1990-talet karakteriserats av likvideringar och fusioner. Med Sovjetunionens sönderfall har även närmaknaderna öppnats för finska affärskedjor och en begynnande internationalisering har skett till Baltikum och Ryssland inom en bransch som traditionellt har varit inriktad endast på hemmamarknaden.

På hemmamarknaden har kedjorna även ovanligt länge varit befriade från internationell konkurrens, konkurrensen har främst skett mellan inhemska aktörer. Men hösten 2002 började den första utländska lågpris-

kedjan Lidl sin verksamhet i Finland (Kauppa 2003). Även indirekt har svenska Axfood Ab etablerat sig i Finland genom att införskaffa sig 75 % av rösträtten i Spar-kedjan (Spar, 11/2004).

Även utvidgningen av den Europeiska Unionen till Baltikum 2004 har utökat konkurrenstrycket på de finska kedjorna. Trots att dagligvaruhandeln ger en utomstående ett stabilt och statiskt intryck, har det skett stora förändringar under de senaste årtiondena. Syftet med denna artikel är att belysa de samhälleliga drivkrafterna som påverkat dagligvaruhandeln och även beskriva de anpassningar som har skett inom handeln. Samtidigt ges en kort överblick över dagligvaruhandelns utveckling i Finland. Översikten fungerar som underlag för beskrivningen av strukturen inom detaljhandeln idag.

När man betraktar utvecklingen är det möjligt att särskilja faktorer inom handeln, inom handelns närmiljö och i samhället som har påverkat utvecklingen. Inom handeln har det skett en starkare kedje- eller blockbildning, etableringar och nedläggningar av butiker samt en lönsamhets- och produktivitet-utveckling.

Inom handelns närmiljö har det skett förändringar till handelns leverantörer, kunder, finansiärer och arbetsmarknad (Calonius, 1979). Inom samhället har marknaderna öppnats och integrerats med en ökad inhemsk och utländsk konkurrens som följd (Kauppa 2003). Ett avgörande villkor för framgång på marknaden är att en affärskedja har strategisk förmåga att successivt anpassa sig till dessa miljöförändringar. I ett framgångsrikt företag råder en stark överensstämmelse mellan dess verksamhetsmiljö och organisationen. För att vara framgångsrik bör en kedja således strategiskt kunna anpassa sin organisation till de förändringar som sker i samhället. Samtidigt som även organisationsförändringarna i sin tur påverkar samhället.

Materialet för detta arbete har insamlats

genom intervjuer av personer som har varit aktiva som köpmän samt arbetat inom ledningen av handeln. Det empiriska materialet har ytterligare kompletterats genom dokument, artiklar och andra publikationer.

BLOCKBILDNINGEN – EN KORT HISTORIK

Blockbildningen startade egentligen för över 100 år sedan. I Åbo grundades år 1901 ”De mindre bemedlades andelsaffär” (Vähäväkisten Osuusliike) sedan lagen om andelslag trätt i kraft. Den absolut första andelsaffären hade dock grundats i Ilmajoki redan år 1899. Andelsaffären grundades som en reaktion på de förhållanden som rådde inom handeln.² Verksamhetsidén var att producera tjänster och förmåner åt sina medlemmar. Enligt den kooperativa idén skulle andelsaffärens förmåner tillfalla medlemmarna.

År 1904 fanns det i Finland redan 147 andelsaffärer. De självständiga andelshandlarna ville dock förstärka sina verksamhetsgrunder och grundade 1904 i Tammerfors Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta eller SOK. SOK:s uppgift blev att skaffa sina andelsaffärer dagligvaror samt kontrollera och utveckla verksamheten (S-gruppen, 11/2004). Självständiga andelsaffärer är således ägare av SOK. Dessa självständiga andelsaffärer ägs i sin tur av medlemmarna. Medlemsantalet har vuxit från 1920-talets ca 200 000 medlemmar till dagens 1 300 000 medlemmar.

Det var politiska orsaker som åren 1916–17 orsakade att konsumentkooperationen sprack i två block, SOK- och E-gruppen. SOK blev mer förankrad i landsbygdsbefolkningen och E-rörelsen i städernas arbetarklass. Trots den gemensamma kooperativa ideologin har de gått skilda vägar. Ett visst närmade har skett i våra dagar då Andelslaget Elanto sammanslogs med Helsingfors Andelslag. Skillnaderna mellan de två kooperativa organisationerna är dock idag liten eftersom bägge arbetar utgående

² Före det fanns isbrytare var hamnarna stängda för all handel under vintern på grund av isen. Det betydde att ingen import av varor kunde ske med skepp på grund av igenfrusna hamnar. Därför kunde köpmännen under denna tid relativt fritt bestämma priserna på sina produkter som de sålde från sina lager som de hade byggt upp under den farbara säsongen. Under denna tid vände sig importörerna att sätta mycket höga marginaler på sina produkter, en vana som även idag sitter i.

från företagsekonomiska principer.

År 1917 grundades i Helsingfors Suomen Osuustukkukauppa- OTK som den progressiva arbetarrörelsens centralorganisation. Suomen Osuustukkukauppa hette organisationen till 1970 då den bytte namn till Keskusosuusliike OTK eller Kooperativa Centrallaget OTK. Osuuskunta Eka-yhtymä hette organisationen från 1983 till 1995 då den antog det nuvarande namnet Osuuskunta Tradeka-yhtymä. (OTK, 11/2004)

I samband med E-rörelsens fusion i början på 1980-talet behöll Andelslaget Elanto under Ylermi Runkos ledning sin självständighet och ingick inte i Eka-gruppen. (Forum 13/1987)

De privata köpmännen upplevde sin situation som hotad på grund av den starkt växande Kooperationen. År 1920 lyckades man på privat håll efter flera fruktlösa försök grunda Finlands Grossistförbund. Därmed startade FGF- gruppen sin verksamhet.

Kesko Oy, som är centralgrossist inom K-gruppen startade sin verksamhet år 1941 när man genom sammanslagning av fyra köpmannaägda inköpsorganisationer grundade en centralgrossist. (Calonius 1979) Dessa regionala grossister var Maakauppiainen Oy, Oy Savo-Karjalan Tukkuliike, Kauppiainen Oy och Keski-Suomen Tukkukauppa Oy.

Totalt fanns det fyra block med olika äganstruktur. Inom T-organisationen ägdes centralorganisationen Tuko Oy, eller Tukkukauppojen Oy av privata regionala grossister som under sig hade oberoende T-köpmän. Kesko Oy i sin tur var ägd av oberoende K-köpmän.

Dessutom fanns det till antalet en stor men volymmässigt liten grupp av "vilda" köpmän som inte ville höra till någon kedja. I huvudsak köpte dessa sina produkter från T- och K-kedjan. (Päivittäistavarakaupan rakenneuutos, 1994)

På den kooperativa sidan inom SOK fanns det således andelsaffärer som ägde SOK. Andelsaffärerna i sin tur ägdes av medlemmarna. Även E-rörelsen var i början uppbyggd på samma sätt.

Kedjebildningen uppvisar således en klar

uppdelning enligt ägare: den privata sidan ägs av grossister eller köpmän, och den kooperativa sidan ägs av konsumenter i egenkap av medlemmar av kooperativet.

1950-TALET – VARUKNAPPHETENS TID

Under varuknapphetens tid efter kriget fram till 1950-talets slut utgjorde kedjans förmåga och skicklighet att skaffa fram varor som gick att sälja i affärerna dess främsta konkurrensmedel. Utmärkande för de två kooperativa organisationerna under denna tid var deras starka roll som industrialister med egna produktionsanläggningar. Dessutom konserverade Staten genom sin reglering den rådande kedjestrukturen för ca 20 år framåt. Partiaffärerna hade av Staten påförts uppgiften att i praktiken handha distributionen av ransonerade livsmedel och konsumtionsvaror. (Lamberg, 2001)

Under andra världskriget hade TUKO en marknadsandel som varierade mellan 40–60 % av livsmedelshandeln medan de övriga kedjorna delade på resten. I början på 1950-talet var SOK:s marknadsandel 18–20 %, OTK:s 13–15 % och Keskos 20 %. (Lamberg, 2001) TUKO med sina regionala partiaffärer var således den största aktören på marknaden med en 40–50 % marknadsandel även om Keskos marknadsandel hade börjat växa på TUKO:s bekostnad.

Ända fram till 1970-talet var SOK en betydande industrialist som verkade inom livsmedels-, metall, träförädlings-, teknokemisk-, samt textil och beklädnadsindustrin. Den egna produktionen garanterade en tillgång till produkter, kvaliteten på produkterna samt ett acceptabelt pris. (S-gruppen, 11/2004)

Även OTK var en betydande industrialist under denna tid med egna kvarnar, skjort-, kostym- och tändsticksfabrik, kafferosteri, teknokemisk-, margarin-, kjol-, köttförädlings-, malt-, spik-, makaroni- osv fabriker. Sammanlagt upptar förteckningen över OTK ägda produktionsanläggningar mer än 60 namn under tiden från 1917 till 1978. (OTK, 11/2004)

Under efterkrigstiden gav den egna produktionen av varor en betydande konkurrensfördel i handeln med dagligvaror. Konkurrensfördelen förstärktes även av att många av de produkter som tillverkades i de egna fabriker såldes endast i den egna butiken under egna varumärken. Samtidigt måste man även konstatera att produktionskapaciteten i de flesta fabriker var begränsad, anpassad till det egna behovet av varor. Dessutom riktade kooperativens ledning sitt främsta intresse mot sina produktionsenheter. Ledningen för kooperativen var mera industrialist än köpman. Största delen av blockets investeringar skedde i den egna produktionsverksamheten på bekostnad av utvecklingen av affärskedjan. (Rikkinen, 2004)

När omgivningen förändrades blev det som en gång har varit en stark konkurrensfördel en konkurrensnackdel. I och med att utrikeshandeln liberaliserades och importen ökade minskade även bristen på dagligvaror. De privata blocken som inte i samma grad var bundna till egna producenter kunde snabbare utöka sitt sortiment av inhemska och utländska varor som de erbjöd i sina affärer.

Som ett resultat av det ökade utbudet av varor i andra kedjors affärer upplevde kooperativens medlemmar den egna kedjans utbud av varor som begränsat och dyrt. På grund av den starka kopplingen mellan producent och handel kunde det kooperativa blocket alltid kompensera ökade produktionskostnader genom att höja priserna på sina varor. Ironiskt nog ansågs höga priser vara till konsumenternas fromma: "De konsumerade mindre!" Lönsamheten i produktionsenheterna garanterades således via administrativa beslut på konsumenternas bekostnad. Samtidigt doldes även produktionsenheternas försämrade konkurrensförmåga och faktiska lönsamhet (Rikkinen, 2004). Lamberg (2001) skriver att OTK aldrig lyckades med att avyttra sina produktionsenheter. Dels på grund av sina medlemmars politiska vänsterorientering fanns det ett tryck att behålla produktionsenheterna, dels på grund av att marknadsundersökningar visade att gruppen "lojala kunder" uppskattade företagets pro-

dukter. Vad som inte uppmärksammades av ledningen var att antalet "lojala kunder" hela tiden hade minskat. Tills sist var antalet lojala kunder inte tillräckligt för att hålla kedjan lönsam. OTK förblev således en industrialist ända till sin de facto konkurs 1992. (Lamberg, 2001)

"Från och med 1960-talet ända till 1980-talet karakteriseras även SOK av ekonomiska svårigheter, kriser, misslyckanden och ineffektivitet" (S-gruppen, 11/2004). Alla väntade att SOK skulle gå i konkurs. Men under 1980-talet lyckades SOK sälja sina produktionsenheter och på så sätt skaffa medel för att förstärka sin position inom detaljhandeln och överleva krisen. (Lamberg, 2001)

Man kan således observera två olika strategiska reaktionsmönster på samma problem. I OTK-fallet var inte ledningen förmögen att anpassa organisationen till de förändrade omständigheterna med en de facto konkurs som följd. I samband med konkursen avyttrades sedan produktionsenheterna. I SOK-fallet lyckades däremot ledningen med att avyttra sina produktionsenheter och skaffa sig finansiella resurser. Dessa resurser användes sedan för att finansiera utbyggnaden av de stora supermarkets som planerades.

1960-TALET DE STORA FLYTTNINGSRÖRELSENA

Under 1960-talet påbörjade inflyttningen från landsbygden till större städer och huvudstadsregionen. Nya bostadscentra byggdes utanför städernas centrum. De så kallade sovstäderna växte fram. Samtidigt skedde också en stor utflyttning av befolkningen till Sverige. I samband med detta tvingades grossistledet att i högre grad börja intressera sig för detaljistledet.

Centralorganisationernas makt inom blocken förstärktes av de nya krav på affärer som ställdes i de nya bostadscentra i förorterna. Nu var kedjorna tvungna att övervaka sina intressen när den kommunala planeringen av nya bostadscentra skedde i kommunernas planeringsnämnder. En stark närvaro i dessa nämnder var ett villkor för att få

goda affärsplatser på de nya bostadsområdena. Endast centralorganisationen inom kedjorna hade resurser att aktivt beakta kedjans intressen inom den kommunala planeringen. Den allmänna uppfattningen är att på den tiden fördelades affärsutrymmena på politiska grunder mellan blocken. (Rikkinen 2004) Ju starkare politiskt stöd kedjan hade på orten desto bättre affärsplatser fick den.

Tidigare hade köpmännen hyrt de lokaler där affären var belägen. Nu blev man tvungen att äga den byggnad där affären fanns. Detta ställde större krav på finansiella resurser än tidigare. Samtidigt försökte Finlands Bank via direktiv begränsa bankernas kreditgivning till handeln (Calonius 1979). Endast kedjans centralorganisation hade möjligheter att bidra med finansieringen av de nya affärscentra som behövdes i de nya förorterna. Samtidigt skapades inom T- och K-kedjan ett system med avtal för att hålla de självständiga köpmännen inom blocket.

Under 1960-talet byggde kedjorna även upp nya distributionssystem med datorstyrda lagercentraler och fasta distributionsruttor. Detta gav även centralorganisationerna ökad makt att kontrollera varuflödet något som detaljisterna saknade.

Den i början av 1960-talet frigivna bilhandeln medförde även bland konsumenterna en ökad rörlighet. Under denna tid övergick man till självbetjäning inom livsmedelshandeln och de första köpcentra grundades.

1970-TALET BUTIKSDÖDEN UPPMÄRKSAMMAS

Under 1970-talet syntes två nya drag i kedjornas beteende. Tidigare hade kedjorna endast passivt anpassat sin marknadsföring till varuproducenternas marknadsföringskampanjer. Det skedde egentligen ingen reklam för kedjan utan endast för enskilda varumärken. Från och med denna tid tvingas varuproducenterna att delta i blockets egen marknadsföringskampanj. Detta gjorde att handeln ofta toppade reklamstatistiken.

Samtidigt ökade, kanske främst inom det privata blocket, de egna distributörsmär-

kena. Såväl T- som K-kedjan införde sina egna anonyma distributörsmärken. I början var dessa produkter inte någon större framgång. Troligen var de centralt bestämda priserna på varorna en bidragande orsak till detta. Köpmännen kunde inte påverka priset. Distributörsmärkena såldes nämligen till en början med priset tryckt på förpackningen. Dessa produkter upplevdes av köpmännen negativt eftersom de var vana vid större marginaler. Kvalitativt var produkterna av hög kvalitet. Först när den centralt styrda prissättningen föll bort i och med att en ny konkurrenslag trädde i kraft ökade intresset för distributörsmärkena bland köpmännen. Priserna på distributörsmärkena steg till följd av den enskilda köpmannens ambitioner. (Roos, 2004)

De perifert belägna stormarknaderna uppstod även under 1970-talet. En utflyttning av affärer från centrum skedde i huvudstadsområdet till ringvägen runt staden. För att locka till sig kunder ökade kedjorna sitt sortiment av produkter. Enligt Calonius (1979) visade undersökningar att omsättningshastigheten minskade då butikerna blev större och fick ett bredare sortiment. Även stormarknader för möbel- och hushållsmaskinaffärer tillkom under denna tid.

Under den senare hälften av 1950-talet hade nedläggningen av specialbutiker såsom kolonial-, mjölk- och köttbutiker påbörjats och på landsorten började bybutiker att försvinna. Nedläggningen fortsatte under följande årtionde men väckte liten uppmärksamhet eftersom nya affärer grundades som kompenserade de nedlagda affärerna. Systematiskt hade blocken nedlagt mindre butiker i storbutikernas närhet. Ylermi Runko sammanfattade i en intervju idén på följande sätt:

I övrigt är vi helt inne på den linje med kvalitet och service som dagens konsument kräver. Klarast kommer det till uttryck i satsningarna på Mäster-Elanto affärerna. Men det är klart att alla affärer inte kan höjas till den nivån, och därför har vi kvartersbutikerna Hem-Elanto. Vi har förnyat deras affärsidé, och kör dem så länge som det går. De butiker som inte klarar sig får dö, och flere kvartersbutiker kan ersättas av en större Mäster-Elanto butik. (Runko, 1987, s. 9.)

Först under 1970-talet uppmärksammades butiksdöden i högre grad. Speciellt oroades statsmakten av bybutikernas död. Trots olika stödåtgärder gick det inte att stoppa utvecklingen. (Aura, 1980)

TUKO och SOK var bägge kedjor med en stark förankring på landsbygden. TUKO:s största problem var dödligheten bland små by- och stadsbutiker. Det försämrade kund- och butiksunderlaget försämrade situationen för TUKO:s regionala partiaffärer. Men de regionala partiaffärerna, vars ledare ofta hade en betydande roll inom den lokala politiken, var inte villiga att upphöra med sin verksamhet trots försämrad lönsamhet. Som en följd av detta blev de regionala partiaffärerna mer och mer beroende av finansiellt stöd från TUKO samtidigt som även TUKO:s finansiella situation försämrades. Detta medförde att TUKO i sin tur saknade finansiella resurser för att investera i supermarkets och ta upp konkurrensen med KESKO. TUKO:s ledning var väl medveten om vad som borde ha gjorts men på grund av internt motstånd var de oförmögna att implementera strategiförändringar som hade tagit upp kampen med KESKO. Lamberg (2001) skriver att på sätt och vis gjorde TUKO självmord istället för att bli dödad av sin omgivning. Partiaffärkulturen var alltför starkt förankrad i organisationen för att organisationen skulle bli en detaljist.

Ytterligare medförde datoriseringen av handeln att ett nytt sätt att distribuera varorna från ett stort centrallager blev möjligt. Detta försämrade ytterligare de regionala partiaffärernas situation inom TUKO eftersom de i praktiken blev onödiga. (Lamberg, 2001)

Även SOK, med stark förankring på landsbygden, stod inför samma problem med minskande kundunderlag. Men SOK klarade av att etablera sig i städerna. Tillsammans med sina kunder flyttade SOK in i städerna.

Samtidigt med nedläggningen av mindre kvartersbutiker i centrum blev även butikslokaler tomma i centrum för nya företagare. Ett nytt företag som etablerade sig i Helsingfors centrum var Valintatalo grundat av bröderna Ihatsu. Detta var ett första försök att grunda

en helt privat kedja med egen strategi utanför de fyra stora blocken.

Det gällande konceptet var att kunden skulle kunna handla i närheten av det ställe där han bor. Därför grundades köpcentra i förorterna med kompletterande mindre närbutiker. Men avståndet till affären kan även mätas hur långt en person har till en affär på vägen hem från sitt arbete. Genom att strategiskt placera sin affär i närheten av stora människoströmmar på vägen hem från arbetet kunde många kunder göra sina inköp på vägen hem i stället för att göra en speciell butiksresa efter att ha kommit hem. Kombinerad med en aggressiv reklam och ett snävt sortiment av varor med en snabb omsättnings-hastighet skapade sig Valintatalo en position på marknaden som en billig affär.

Valintatalo hade ett relativt snävt sortiment av produkter. De tre mest sålda produkterna inom varje produktgrupp skulle ingå. Ifall omsättningshastigheten inte var tillräckligt hög togs produkten bort från sortimentet.

Avgörande för Valintatalos framgång var placeringen av affären. Därför hyrde Valintatalo sina affärslägenheter. Ifall platsen var olönsam bytte man helt enkelt plats. Valintatalos expansion skedde strategiskt utmed järnvägen för pendeltrafiken i huvudstadsregionen. Kedjan av Valintatalo affärer var även hårt styrd från centrum. Det välfungerande konceptet upphörde då Valintatalo började köpa sina affärsutrymmen. I och med detta förlorade Valintatalo sin strategiska frihet att snabbt byta affärsplats. (Rikkinen, 2004)

Samtidigt hade kooperativen ständigt utökat sitt sortiment för att tävla om nya segment. Detta gjorde att sortimentet kvalitetsmässigt och prismässigt var mera anpassat efter medelklassens behov än arbetarklassens behov. Detta resulterade i att det på marknaden fanns en nisch för ett företag med snävt sortiment men med en aggressiv prispolitik (Rikkinen, 2004). Kooperativen hade således genom sin utveckling mot medelklassen lämnat marknaden öppen för nya aggressiva lågprisbutiker.

Ett motsvarande komplement till Valintatalo i huvudstadsregionen var Alepa grundat

av Pajuniemi som fungerade som en kombinerad lager- och försäljningslokal. Utmärkande för Alepa var att sortimentet inte innehöll några som helst färskvaror som krävde service, utan endast förpackade varor. Eftersom personal endast fanns vid kassorna fick kunderna ofta själva packa upp transportförpackningarna i affären. Den bristande servicen kompenseras med lägre priser. Till en början chartrades bussar på andra orter för att göra köpresor till Alepa. Så unik och fördelaktig upplevdes Alepa som affär vara.

På 1970-talet såg strukturen på butiksmarknaden ut på följande sätt. Man skilde man mellan FGF (TUKO)- och K-gruppen på den ena sidan och SOK och E-gruppen å den andra sidan. De två första bestod av privata grossistföretag som samarbetade med privata köpmän och de senare var kooperativa organisationer som ägdes av sina medlemmar. Praktiskt ansågs det inte att det var stora skillnader mellan blocken eftersom de styrdes enligt företagsekonomiska principer.

1980-TALET OMSTRUKTURERINGEN STARTAR

Under 1980-talet vände sig konsumenterna vid kedjornas specialerbjudanden. Ett specialerbjudande var en produkt som såldes till nedsatt pris under en viss tid. Tiden för prisnedsättningen kunde vara antingen en dag, eller en hel vecka beroende på hur köpmannen eller kedjan hade bestämt detta. Via direktreklam till hemmen inom butikens influensområde spreds kunskapen om affärens specialerbjudanden.

Under denna tid kunde man via undersökningar påvisa att de till kooperativen ideologiskt bundna konsumenterna som under alla omständigheter prioriterade kooperativet ständigt minskade. Denna kundgrupp förblev i undersökningar nöjd med kooperativets sortiment och prisnivå. Vad som inte framgick ur undersökningarna var att detta segment hela tiden minskade och blev till sist så litet att dess inköp inte räckte till för att hålla kooperativet lönsamt. Ett ytterligare villkor för lönsam verksamhet var att de ko-

operativa affärerna slutade att subventionera produktionsenheterna och att investera i dessa eftersom satsningarna på handeln samtidigt hade förbisetts. (Rikkinen, 2004)

Segmentet av ideologiskt likgiltiga kunder som endast maximerade sin egen nytta ökade således hela tiden. Segmentet av kunder som speciellt var ute för att handla endast specialerbjudanden ökade. I stället för att handla i bara en affär kunde en sådan konsument handla i två/tre affärer under samma inköpsresa.

Under denna period kom även kraven på en effektiv logistik att klart uppstå då konkurrensen tilltog och butiksstorleken och sortimentet ökat klart under det föregående årtiondet. IT-lösningar implementerades för att effektivisera logistiken och de stora centrallagren byggdes.

1990-TALET STORMARKNADERNAS ÖVERTAR MERPARTEN AV DAGLIGVARUHANDELN

Decenniet inleddes i Finland med en djup depression där arbetslösheten översteg 20 % och den ekonomiska tillväxten stannade upp p.g.a. krisen i Sovjethandeln och bankkrisen. Detta ledde till att konsumenternas köpkraft minskade kraftigt vilket i sin tur även påverkade dagligvaruhandeln. Trots att dagligvaror är något konsumenter alltid behöver kom dock depressionen att medföra att konsumenten i ännu högre grad styrde sina uppköp till produkter och butiker som var fördelaktigast. Det innebar en ökad konkurrens om konsumenternas allt stramare budget för dagligvaror. Det ledde i sin tur till att kedjornas marginaler sjönk och kostnadsjakten inleddes. En kostnadspost som i början av decenniet ännu var hög var personalkostnaderna i butikerna. Här vidtogs åtgärder som resulterade i att personalen i butikerna minskades och kunderna fick finna sig i att den dominerande modellen i butikerna blev självbetjäning.

På 1990-talet investerades kraftigt i stora köpcentra med en eller t.o.m. två konkurrerande stormarknader inom samma komplex. Denna köpcenter och hypermarket utveckling kom att locka bort kunderna dels från

städernas centrum och dels från lokala mindre köpcentra i förorterna. Dessa stora köpcentra/stormarknader placerades invid stora trafikleder på infarter till städer med stort utrymme för parkering. Dessa betjäna- således primärt bilburna konsumenter som under samma butiksbesök kan inhandla dels dagligvaror och andra konsumentvaror.

Kedjornas roll kom under detta årtionde att utvecklas till helt dominerande. Kedjor- nas andel av den inhemska försäljningen av dagligvaror var år 1990 45 % och kom under årtiondet att stiga kraftigt för att år 1999 redan vara helt dominerande dvs. 95,9 % (AC Nielsen, 2000).

Trots omstruktureringarna på 80-talet blev lönsamheten inom EKA-gruppen inte den väntade. OTK- hade omstrukturerats till Osuuskunta EKA 1983. Samtidigt lösgjorde sig Andelslaget Elanto från EKA-gruppen och förblev en självständig enhet efter in- terna strider. När företagssaneringen under Eero Rantas ledning på 90-talet startade byttes namnet till Osuuskunta Tradeka- yhtymä. Den 31 december 2003 hade sane- ringsprogrammet slutförts.

År 1996 upphörde Tuko Oy som en själv- ständig kedja. Orsakerna har beskrivits ovan. Den 27 maj 1996 slöt Kesko Oy vissa avtal i syfte att förvärva 56,3 procent av Tuko:s akti- ekapital, vilket motsvarade 59,3 procent av rösterna. Därefter förvärvade Kesko mer än 99 procent av Tukos aktiekapital. Avsikten var att Kesko skulle köpa hela T-kedjan, men EU kommissionen upplöste köpet, och delade upp kedjan mellan Kesko, Wihuri Oy, Stock- mann Abp och Heinon Tukku Oy. (Kesko, 11/2004)

År 1999 köpte Wihuri Oy av Stockmann Abp Sesto verksamheterna som bestod av 13 supermarkets och 6 Sesto Etujätti hyper- markets. Efter detta hade Stockmann kvar endast Stockmann Herkku, dvs. en livsme- delsavdelning inom varuhuset.

2000–2004 KEDJORNA DOMINERAR, IT STYR OCH UTLÄNDSKA LÅGPRISBUTIKEN SKAPAR KONKURRENS

Det nya milleniet inleddes i Finland med stark ekonomisk tillväxt, innovationer och ökad köpkraft isynnerhet inom den för handeln allt viktigare medelklassen. Handelsn under 1990-talet inledda investeringar i dels större butiksenheter och dels via konsolidering och omstrukturering i kedjebildning kom att fort- sätta och befästas under de första fem åren.

År 2001 meddelade Spar Finland Abp att Axfood Ab:s andel av aktiekapitalet i Spar Finland Abp hade ökat till över 50 procent och dess andel av röstetalet till över två tredjedelar. Därmed hade Spar Finland blivit ett dotterbolag ägt av en utländsk huvudman. År 2003 beslöt representantskapet för Andel- slaget Elanto och Helsingfors Andelsaffär HOK att dessa skall sammanslås till Helsing- fors Handelslag Elanto även kallat HOK- Elanto med verksamhet inom Helsingfors- regionen. Det nya handelslaget började sin verksamhet den 1.1.2004. HOK-Elanto blev således S-gruppens största regionandels- affär.³ Förutom dessa sammanslagningar som har ägt rum har man även inom kedjorna för- enklat och förtydligat strukturen på sina af- färer. Trots detta anses det att affärerna är för lika varandra. Men ett löfte finns att affärerna i framtiden profileras skarpare. (Kauppa 2003)

Utöver förändringar i ägarförhållanden genom företagsköp och fusioner har man inom K-gruppen sett behovet av att utveckla sina hierarkiska styrmekanismer. Behovet har till en del uppstått som ett resultat av kedjebildningen och förändringen av styr- ning på ett regionalt plan till styrning på na- tionellt plan. Genom denna förändring har det visat sig att den helägda eller centralt styrda kedjan så som i S-gruppens fall visat sig vara lättare och effektivare att styra cen- tralt medan K-gruppens självständiga köp- män trots sin nära koppling till Kesko har möjlighet att fatta sina egna beslut vilket hin- drar effektiv central styrning. Detta resulter-

³ Helsingfors Andelsaffär HOK var redan en av S-gruppens över 20 regionandelsaffärer.

rade i att Kesko under ledning av Matti Halmesmäki förnyade K-köpmännens kontrakt. Denna process visade sig inte vara så lätt eftersom speciellt Citymarket köpmännen motsatte sig förändringarna och inledde t.om. rättsprocesser. Denna förändring av K-gruppens styrning är fortfarande en utmaning för Keskos nya chefdirektör Matti Halmesmäki vilket beskrivs i följande citat. "Halmesmäki bör modernisera Kesko Livs Ab till en smidig styrande logistik aktör och förmå butikerna att bli allt mer styrda detaljister då de inte som köpmannadrivna klarar sig i konkurrensen" (Vihma, 2005). Det innebär alltså att om det under det tidigare årtiondena varit en styrka för K-gruppen att lokalt ha självständiga och motiverade köpmän som med hjälp av Kesko har försett kunderna med ett brett och högklassiskt sortiment så har denna fördel till vissa delar raderats och blivit en nackdel då hela kedjan skall styras centralt och fungera logistiskt sätt så effektivt som möjligt. En central del av centralstyrningen är kontrollen av prisnivån på produkterna. Här kan S-gruppen styra prisnivån centralt medan K-gruppen med sin köpmannadrivna modell inte tillåts av konkurrensverket att göra det. Om SOK och OTK fick göra sina anpassningar på 1980 respektive 1990 talet så är det nu på 2000-talet K-gruppens tur.

Den klassiska strukturella indelningen av handeln i grossist- och detaljistledet där båda utgör en egen självständig affärsverksamhet håller på att i verkligheten bli föråldrad och har ersatts av kedjebildning över grossist/detaljist gränsen (se Kautto och Lindblom, 2004). Detta p.g.a. att de enskilda grossisterna och detaljisterna via ägar- och/eller kontraktssammanslagning har slagits samman och istället för att den traditionella grossisten skulle betjäna flera kunder ofta regionalt betjänar kedjans centraliserade logistikenhet den egna kedjans detaljister ofta nationellt med service som sortimentsplanering, inköp, lagerhållning, transporter osv.. Denna strukturella förändring har också en strategiskt sett central roll då logiken ändras från produktionsorienterad logik där produkter "skufas" ut på marknaden med hjälp av grossister

och detaljister till en kundorienterad logik där kedjorna organiserar verksamheten så att grossistledet är centralstyrt och fungerar som inköps- och logistikenhet för kedjans affärer. Denna utveckling har till stor del varit möjlig p.g.a. en betydande implementering av informationsteknik där flödet av varor och information automatiserats och effektiviserats så att det bundna kapitalet minskats. En centralisering av logistiken inom större kedjor har även gett fördel i form av större inköpsvolymen då man förhandlar med producenter om sortimentet. Samtidigt har de mindre producenterna fått det svårare att klara sig i dessa nationella förhandlingar i jämförelse med de tidigare regionala förhandlingarna med den lokala grossisten. Här kan den lokala K-köpmannen ännu i viss mån påverka sitt sortiment och på det sättet stöda de lokala mindre producenterna (Roos, 2004). Denna möjlighet håller dock även på att minska då Kesko i allt större grad strävar efter att genom kontrakt centralstyra sina K-köpmän.

Det centrala för en fungerande och effektiv dagligvaruhandel då kedjorna dominerar är således ett avancerat IT-baserat logistiskt system. Därför har kedjorna allierat sig genom ägandet eller delägandet av en central logistik aktör. I Finland finns för tillfället tre stora logistikaktörer inom dagligvaruhandeln nämligen Kesko Abp, Inex Partners Oy och Tuko Logistics Oy (se figur 1).

Förändringen av handens struktur i kedjeform och införandet av informationsteknik för att effektivisera logistiken håller på att leda till en förändring i styrningen av varuflödet (se Småros, et. al., 2003). Den dominerande styrningsmodellen har eller på många håll är ännu baserad på beställningsinformation (se Forsström, 2004). Beställningsinformationen har visat sig vara bristfällig för att effektivt kunna styra flödet av varor p.g.a. att det leder till förvrängning av den verkliga efterfrågan då inköpsleden skapar svängningar fastän efterfrågan i verkligheten är synnerligen konstant. Som en lösning på detta logistiska problem har handeln med hjälp av utvecklad informationsteknik och ökad koordinering mellan aktörerna, främst producenterna och kedjorna,

utvecklat efterfråge- eller kundorienterad styrning av varuflödet. I praktiken har man på sistone t.ex. fäst stor uppmärksamhet vid möjligheterna att utnyttja konsumentens verkliga köpinformation genom att använda butikens kassainformation som grund för styrningen av varuflödet. Kassainformationen kan förutom stabilisering av inköpsmängder och frekvenser leda till en möjlighet att tidigare identifiera förändringar i konsumentens efterfråga på en specifik produkt (Småros, 2005). Detta kan vara speciellt värdefullt då kedjorna planerar, genomför/lanserar och följer upp kampanjer, säsonger och produktnyheter.

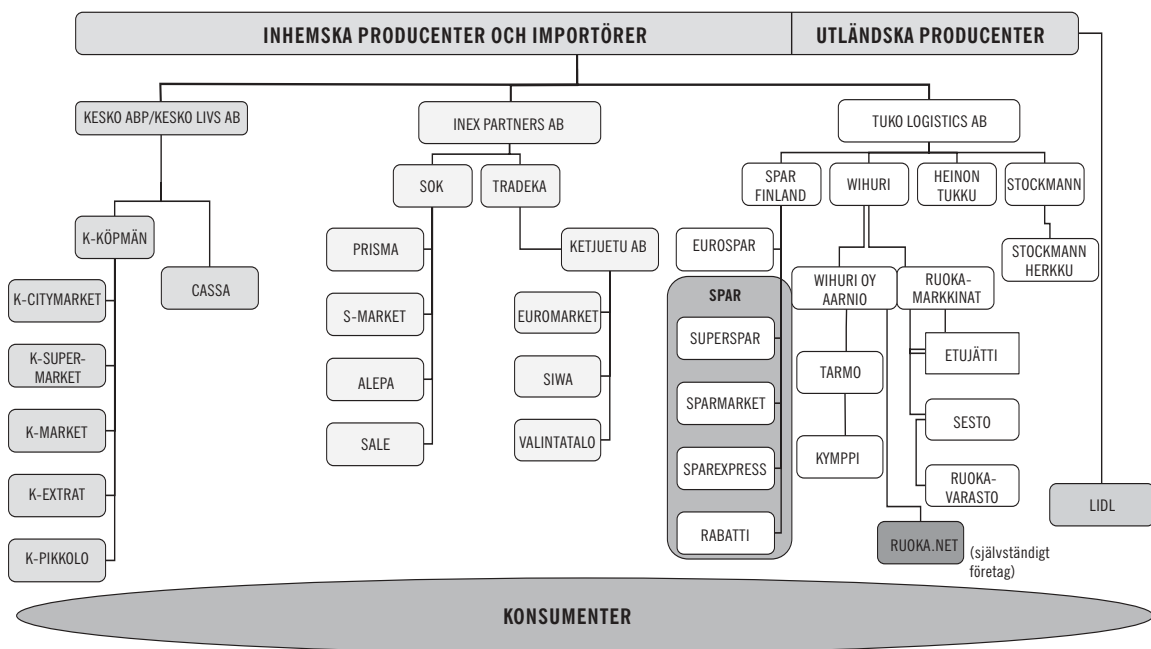
Den internationella dimensionen av omstruktureringen har förutom det svenska ägandet i Spar Finland även hämtat en första utländsk dagligvaruhandelskedja till Finland, nämligen tyskägda lågpriskedjan Lidl. Föregångare för lågprisaffärer i Finland har varit Valintatalo, Alepa, Siwa, Sale och Ruokavarasto. Dessa har dock i viss mån förändrat sitt koncept så att prisnivån sakta har stigit. Lidl som har affärer i uppemot 20 Europeiska länder är enligt Finska mått en jätte med en årlig försäljning på ca. 32,5 miljarder Euro (jfr. Kesko dagligvaror 2003 i Finland och internationellt 4,8 miljarder Euro, källa: Kesko, 2003). Lidl som öppnade sina första affärer hösten 2002 har t.om. hösten 2004 redan 84 affärer i Finland (Kullas, 2004). Takten har varit mycket snabb och krävt kapital. Sortimentet är mycket snävt och långt standardiserat i hela Europa vilket har möjliggjort stora inköpspartier. Home (2004) argumenterar att priset är en konkurrensfaktor men för att kedjan skall vara en prisledare bör den även vara en kostnadsledare vilket förutsätter att kedjan kan inhandla stora mängder av samma produkter. Detta kan åstadkommas i en tillräckligt stor kedja som Lidl med standardiserat sortiment. Dessutom fungerar Lidls koncept långt på egna varumärken som flera producenter kan producera och därmed kan Lidl styra leverantörsrelationerna effektivare än vid köp av producentens varumärken (se Rosenbröijer, 2001).

Landstigningen av Lidl i Finland har skapat ordentlig priskonkurrens. Som svar på Lidls frammarsch i Finland har Kesko Livs Ab startat våren 2004 ett test på 11 Cassa lågprisbutiker på 10 orter i Finland. Cassa Oy är i motsats till Keskos övriga köpmannadrivna butikskedjor centralt driven och ett dotterbolag till Kesko Livs Ab. Precis som Lidl är de egna varumärkena centrala. Som lågprisbutik fungerar även Ruokavarasto som var föregångare inom e-handeln av dagligvaror och en av de få som fortfarande har ett fungerande e-handelskoncept. Förutom Ruokavarasto fungerar fortfarande även Ruoka.net som grundades redan 1998. Det var förövrigt just e-handeln som i början millenniet kom att dominera debatten om handelns framtid där stora förväntningar skapades även inom dagligvaruhandeln. Det visade sig dock att den elektroniska dagligvaruhandeln inte ur konsumentens perspektiv ännu tagit fart. Istället har det visat sig att den elektroniska handeln även i allmänhet kommer att få sitt första genombrott i handeln mellan företag och inte mellan företag och konsumenter. Enligt Luomala et.al. (2001) var 80 % av den elektroniska handeln mellan företag och endast 20 % mellan företag och konsumenter.

I figur 1 presenterar vi den nuvarande strukturen av dagligvaruhandeln. Den har som tidigare beskrivits formats som ett resultat av konsolidering med förändringar i ägar- och affärsstruktur.

SAMMANFATTNING

Orsakerna till att en kedja hamnar i kris kan till en stor del spåras tillbaka till den samhällsutveckling som har skett under efterkrigstiden. Samtidigt som samhället har urbaniserats, avreglerats, motoriserats, flyttat ut till förstäderna har även kedjorna datoriserat distributionen och centraliserat sin företagsledning/kedjestyrning. För att en kedja skall var framgångsrik bör det, så som tidigare konstaterats, råda en överensstämmelse eller "fit" mellan den omgivande miljön och kedjans struktur. Det är inte bara företags-



Figur 1. Dagligvaruhandelns struktur år 2004.

ledningens handlingskraft utan även kedjans historiska struktur som påverkar dess möjligheter att anpassa sig till miljön.

SOK och OTK var bägge kooperativa kedjor, den förra med en förankring på landsbygden och den andra i städerna. Bägge var även betydande industrialister i efterkrigstidens Finland. Att vara industrialist gav en betydande konkurrensfördel under tider med varubrist. Det fanns varor att sälja. I och med avregleringen av utrikeshandeln blev den egna produktionen ett hinder för utvecklingen.

En historisk genomgång visar att SOK och OTK bägge stod inför problemet att fusionera och sedan sälja sin produktion. Där som SOK klarade av att sälja sina produktionsenheter och skapa sig en finansiell resurs för att utvidga sin detaljhandelsverksamhet, kunde inte OTK på grund av företagsledningens strategiska inriktning på industrin och medlemmarnas politiska konservatism bli detaljhandelsorienterat. Tvärtom, investeringarna

fortsatte i industrin på handelns bekostnad och kedjan utvidgades till andra konsumtionsvaror. Detta ledde sedan inom OTK till en konkurs där produktionsenheterna avyttrades på en gång, och handeln slutligen under yttre styrning skildes från produktionen.

SOK och TUKO var bägge etablerade på landsbygden i Finland. Urbaniseringen av landet ledde till att mindre by- och stadsbutiker förlorade sina kunder till de större städerna. Bara SOK hade styrka att följa med sina kunder eller medlemmar till städerna och etablera sig där. Speciellt i landsortsstäderna hade SOK en stark position bland den inflyttade agrarbefolkningen. Detta resulterade i goda handelsplatser för deras butiker. TUKO å sin sida var också beroende av landsbygdsbefolkningen i regionerna. På grund av att TUKO ägdes av regionala partiaffärer hade kedjan en inbyggd inflexibilitet. Även på grund av sin position i samhället var ägarna av partiaffärerna ovilliga att medge att deras ekonomiska och politiska situation hade för-

ändrats. Speciellt svårt var det att förändra företagskulturen från att ha varit partihandlare till att bli detaljist.

Även datoriseringen med påföljande centralisering av inköps- och lagerfunktioner gjorde att en organisation baserad på regionala partiaffärer blev både omodern och olönsam. Denna situation tärde både på TUKO:s centralenhets finansiella och mentala resurser, vilket resulterade i en bristande konkurrensförmåga i kampen med Kesko om städernas kunder. Helt logiskt blev lösningen på problemet en fusion med Kesko. Men den tänkta fusionen godkändes inte av konkurrensmyndigheterna, utan myndigheterna tvingade att spjälka upp TUKO mellan de olika kedjorna.

Bäst har Kesko klarat sig genom alla samhällets förändringar före 2000-talet. Kedjan ägs av de enskilda köpmännen vilket ger kedjan en detaljistkultur väl lämpad för det nya kundorienterade samhället. De enskilda köpmännen kunde snabbt reagera på och organisera sitt sortiment efter kundernas önskemål. Samtidigt som de enskilda köpmännen hade makten i kedjan har det även gjort en centralisering av verksamheten svårare. Bl.a. har andra kedjor implementerat vissa datoriserade och centraliserade styrsystem tidigare än Kesko. Som redan tidigare konstaterats står alltså nu Kesko i tur att anpassa sin verksamhet inom dagligvaruhandeln till den rådande IT- och kedjestyrda distributionen där kunden så småningom kommer i fokus.

DEFINITIONER

Varuhus

Ett varuhus är en butik som säljer varor från flera områden, och vars försäljningsyta är minst 2500m². I ett varuhus får ingen varugrupp överskrida 50 % av försäljningsytan. Varusortimentet på de olika avdelningarna skall motsvara sortimentet i en specialaffär.

Hypermarket

En hypermarket är en affär som säljer produkter från flera områden i huvudsak enligt självbetjäningensprincipen. Försäljningsytan är minst 2500m². I en hypermarket kan livsmedlens andel av försäljningsytan vara minde än 50 %, men försäljningen domineras av dagligvaror.

Supermarket

En supermarket är en livsmedelsaffär som i huvudsak fungerar enligt självbetjäningensprincipen, och vars försäljningsyta är minst 400 m². Livsmedlen upptar minst 50 % av försäljningsytan. I statistiken indelas supermarketens i stora enheter med över 1000 m² försäljningsyta och små med 400–1000 m². Mindre supermarketens kallas även för markets.

Självbetjäningsaffärer

Stora självbetjäningsaffärer (valintamymälä) har en försäljningsyta mellan 200–399 m², och små självbetjäningsaffärer har en försäljningsyta mellan 100 och 199 m².

Små affärer och kiosker

Små affärer är en dagligvaruaffär med en försäljningsyta upp till 100 m². Försäljningen kan ske via en lucka eller med självbetjäningensprincipen. Sortimentet i kiosker är begränsat med förordning.

Tabell 1. Samhälleliga drivkrafter och dagligvaruhandelns anpassningar.

Förändringsdimension Tidsperiod	Samhälleliga drivkrafter	Dagligvaruhandelns anpassningar till de samhälleliga drivkrafterna
1950-talet	<ul style="list-style-type: none"> • Varuknapphet • Reglerad och agrar omgivning 	<ul style="list-style-type: none"> • Industrialistens roll-garanterade tillgången till varor • Köpmansrollen ej i fokus-investeringarna gjordes i produktions-anläggningarna ej i butiksnätverket • Likriktade strategier hos kooperativen (SOK och OTK) • Ideologiska värden driver kooperativen • Privata företagare driver grossist- och detaljistleden (t.ex. Tuko och Kesko)
1960-talet	<ul style="list-style-type: none"> • Flyttningsrörelsen från landsbygden till större städer / urbanisering • Bilhandeln tilltar-ökad rörlighet av konsumenter • Självbetjäningen gör sin entré 	<ul style="list-style-type: none"> • Grossistledets betydelse ökar • Stort behov av nya och goda affärsplatser-centralorganisationens aktiva politiska roll i den kommunala planeringen • Investeringar i grossistledets distributions- och lagersystem • Kooperativen tvingade att öka sina investeringar i butiksnätet • Kesko och Tuko ingår avtal för att knyta köpmännen starkare till centralorganisationen
1970-talet	<ul style="list-style-type: none"> • De-reglering och urbanisering • Motorisering, dvs. mer bilburna konsumenter • Storstädernas förorter växer - stormarknaderna gör sin entré i närheten av förorterna • Nedläggningen av mindre butiker i närheten av stormarknader • IT-systemen införs 	<ul style="list-style-type: none"> • Handeln, speciellt K- och T-gruppen introducerade egna varumärken i vars reklam producenterna deltog • P.g.a. att de lokala landsbygdsbutikerna fick svårigheter och måste börja stänga fick även de lokala grossistföretagen det svårt och därmed fick Tuko svårigheter • Kesko anpassade sig till urbaniseringen och började grunda supermarkets • Nedläggningen av kvartersbutikerna ledde till lediga affärslokaler • Valintatalo grundades med idén att placera sina butiker vid konsumenternas väg från arbete till hem • Valintatalo (och senare Alepa) introducerades som första lågprisbutikerna • Kooperativen utökade sitt sortiment för att nå nya segment (medelklassen) och de egna medlemmarna glömdes bort • Två typer av kedjor hade bildats-kooperativen som ägdes av sina medlemmar och privata grossist/detaljistföretag som samarbetade/ ägdes av köpmän
1980-talet	<ul style="list-style-type: none"> • Sub-urbanisering • De-reglerad och konkurrens-inriktad handel • Datoriseringen av handeln blir en förutsättning • Omstruktureringar i industrin och handeln startar • Utvecklad transport och centralisering av lagerfunktionerna 	<ul style="list-style-type: none"> • Specialerbjudanden ökar i kedjorna-konsumenten vänjer sig vid detta • Kedjorna fortsatte att utöka sitt sortiment vilket ledde till minskad omsättningshastighet av produkterna • OTK omstruktureras till andelslaget EKA och Andelslaget Elanto lösgör sig från gruppen-EKA sanerades kraftigt. Lyckas inte göra sig av med sin egna produktion • SOK i svårigheter, men lyckades göra sig av med sin egna produktion och flytta in med sina egna kunder till städerna • Tuko fånge av sin grossistroll och lyckas inte på allvar investera och utvecklas i detaljistrollen. • Ideologiskt likgiltiga konsumenter ökar-kooperativens verksamhet utmanas • Lojaliteten bland konsumenterna minskar och flera butiker används av en och samma konsument i jakt på specialerbjudanden • I.o.m. centraliserade lager kom Tukos regionala lager att missta sin strategiska betydelse.

Förändringsdimension Tidsperiod	Samhälleliga drivkrafter	Dagligvaruhandelns anpassningar till de samhälleliga drivkrafterna
1990-talet	<ul style="list-style-type: none"> • Från djup depression till sällan skådad ekonomisk tillväxt-omstruktureringen fortsatte • Självbetjäningen blir mycket dominerande • Stormarknadernas andel av den totala försäljningen växer • E-handels koncept appliceras på dagligvaruhandeln – den fysiska logistiken utmanande 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuko upphör som en självständig kedja • Kesko strävade att köpa hela Tuko gruppen men EU kommissionen upplöste köpet • Majoriteten av SPAR Finlands aktier i svenska Axfood Ab:s ägo • Wihuri köper av Stockmann Sesto och Etujätti • Konkurrensen mellan kedjorna stor-kedjorna utvecklas i hög grad i samma riktning vilket gör att konsumenterna har svårt att skilja dem åt (Stockmann Herkku undantag) • Trots stora likheter så utvecklas kedjestrukturerna så att de förenklats och förtydligats
2000–2004	<ul style="list-style-type: none"> • Omstruktureringen fortsätter • Informationsteknologins betydelse stor och ökar både inom logistiken och som redskap för konsumenten (t.ex. SAP och internet) • E-handeln utvecklas men slår inte igenom • Den traditionella uppdelningen grossist-detaljist på försvinnande - istället efterfrågeorienterad effektiv logistisk kedjestruktur • Utländsk konkurrens skakar om handeln (Lidl) • Internationaliseringen blir handelns nästa utmaning? 	<ul style="list-style-type: none"> • Lidl som första utländska lågprisbutik etablerar sig i Finland • Kesko svarar med sin centralt styrda CASSA kedja • Satsningarna på egna varumärken ökar • Även butikskedjan som ett varumärke får större betydelse • Kesko förhandlar om sina kontrakt med köpmännen • Köpmannadrivna modellen anpassas till kedjestruktur och de nya logistiska kraven • Super- och hypermarketerna i helt dominerande ställning • Ägandet centraliserats och strukturen förtydligats

REFERENSER

- AC Nielsen (2000):** www.acnielsen.fi/index.html.
- Aura M. (1980):** Recent Trends in Finnish Wholesale and Retail Trade, *Bank of Finland Bulletin*, July 1980, pp. 1–3.
- Calonius H. (1979):** Utvecklingen i Finland, dagligvaruhandeln under efterkrigstiden, i Wirsell Nils-Erik m.fl. (Red.): *Åttiotåtets handel*, Västerås, ICA-förlaget.
- Forsström, M. (2004):** Integrationen mellan informationstekniken och personalen i dagligvaruhandeln – Case: K-Citymarket Iso-Omena, MBA examensarbete med inriktning på elektroniska affärer, University of Gävle, Dept. of Business Administration, Gävle, Sverige.
- Home, N. (2004):** Jätit etsivät elintilaa, *Talouselämä*, nr. 35, s. 69–74.
- Kauppa (2003):** www.pti.fi/index.html.
- Kautto, M. och Lindblom, A. (2004):** KETJU – Kaupan ketjuliiketoiminta, OTAVA, Keuruu.
- Kesko (2003):** Kesko's Year 2003, Kesko Corporation, Helsinki, 2003.
- Kesko (11/2004):** www.kesko.fi.
- Kullas, E. (2004):** Lidl syö omaa katettaan, *Talouselämä*, nr. 39, s. 10–11.
- Lamberg J.A. (2001):** The Impact of Organizational Inertia on Strategic Response: Content of Change in Finnish Retail Industry. November, 2001. opubliserat internetdokument: butler.cc.tut.fi/~lambergz.
- OTK (11/2004):** www.uta.fi/~otkike/otk.html.
- Päivittäistavara-kaupan rakennemuutos (1994):** Päivittäistavara-kauppa RY: www.pti.fi.
- Rikkinen L. (2004):** Intervju, 1.9.2004, kl. 15.00–18.00, Kotka.
- Roos, H. (2004):** Intervju, 25.8.2004, kl. 16.30–19.15, Helsingfors.
- Rosenbröijer, C-J. (2001):** Industrial brand management: a distributor's perspective in the UK fine-paper industry, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 10, Number 1, pp.7–24.
- Runko Y. (1987):** Elanto, Ylermi Runko och konkurrensen, *Forum för Ekonomi och Teknik*, nr. 13, s. 8–9.
- Småros, J., Lehtonen, J-M., Appelqvist, P. och Holmström, J. (2003):** The impact of increasing demand visibility on production and inventory control efficiency, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 33, Nr. 4, pp. 336–354.
- Småros, J. (2005):** Toimitusketjuyhteistyö CPFR-innostuksen jälkimainingeissa, *opublicerat presentationsmaterial*, EloCore Ajankohtais-seminaari II, 15.2.2005, Esbo/Otnäs.
- S-gruppen (11/2004):** www.s-kanava.net/images/kuvapankki/alueosuuskaupat/koko/yritystarina.doc.
- Spar (11/2004):** www.spar.fi.
- Vihma, P. (2005):** Halmesmäki haastaa K-kauppiat, *Talouselämä*, nr. 5, s. 10–11.

ÅKE FINNE*

EKONOMIE DOKTOR, LEKTOR I MARKNADSFÖRING

IBLAND KAN DET VARA BÄTTRE ATT VARA TYST¹

Den här studien har börjat med en idé – en vision om att finna svar på frågan om hur en välplanerad reklamkampanj kan gå fel och vad det är som gör att den gör det. Idén föddes då jag diskuterade en reklamkampanj av en betydande PC-tillverkare med professor Tore Strandvik. I den kampanjen såg man ryggen på en ung dam som gick ut i vattnet på en vacker sandstrand där den vida horisonten öppnade sig framför henne. Med detta ville tillverkaren antagligen ge en bild av de oändliga möjligheter som deras PC:ar gav upphov till. Trots den här idén blev uppfattningen hos en del personer en helt annan för deras spontana reaktion var: *”Hon tänker tydligen gå ut och dränka sig!”* Orsaken till det här utfallet av reklamen var att det gick dåligt för företaget i fråga vid den tidpunkten och detta, som alltså inte hade något med själva kampanjen att göra, hade trots det ett betydande inflytande på utfallet. Det är skäl att fråga sig hur det kan gå så här.

Artikeln erbjuder ett nytt perspektiv på marknadskommunikation, där kundfokuset är det centrala. Artikeln ställer sig kritisk till tidigare litteratur om kommunikation. I stället utvecklas två centrala modeller – en relationskommunikationsarena och en dynamisk kommunikationsmodell – samt flera nya begrepp. Ett sådant begrepp är tyst kommunikation, som även omfattar begrepp som döv, stum och passiv kommunikation. Dessa representerar fenomen som inte tidigare beskrivits inom litteraturen för marknadskommunikation. Med hjälp av dessa fenomen kan ett företag skapa bättre kommunikation – relationskommunikation – tillsammans med sina kunder samt göra inbesparingar i företagets kommunikationskostnader.

Det är två fenomen som kan tas upp till närmare granskning då man reflekterar över problematiken till den här frågan. För det första: Det visar sig att det är svårare att få ett entydigt svar på hur det kan gå som det gått – åtminstone om man söker efter svaret i den traditionella kommunikationslitteraturen, dvs. i den litteratur som borde behandla frågan. Den litteraturen grundar sig långt på den klassiska kommunikationsmodellen som består av en sändare som sänder något och en mottagare som mottar det sända budskapet. I den här modellen transporteras ett budskap från sändare till mottagare. I det inledande exemplet transporteras däremot ingenting sådant som sändaren har avsett. Däremot konstruerar nog mottagaren något (Mick och Buhl 1992).

För det andra: I det specifika exemplet kombinerar kunden tydligen olika budskap, men i litteraturen om integrerad marknadskommunikation är det företagen som brukar

* Institutionen för marknadsföring och företagsgeografi, Svenska handelshögskolan, Helsingfors.

¹ Artikeln bygger på Åke Finnes avhandling: *”Hur den aktiva kunden konstruerar budskap – ett synsätt inom relationskommunikation”*, Swedish School of Economics and Business Administration, *Ekonomi och samhälle* No. 137, Helsingki, Finland” samt lectio 26.11.2004.

stå för integrationen, inte mottagaren. I den litteraturen ska man uppnå resultat genom en samstämmighet i de utgående, väl integrerade budskapen (Duncan och Moriarty, 1997). Däremot finns rätt litet sagt om mottagaren så även här finns orsak att fokusera på mottagaren. Med andra ord kan man utgående från dessa fenomen, alltså bristerna i transport- och integrationsteorierna konstatera att här finns ett intressant problem att ta itu med.

PERSPEKTIVET – KUNDEN I FOKUS

Perspektivet är viktigt. Tidigare litteratur har inte varit helt ointresserad av mottagaren eller kunden, men det finns en skillnad i på vilket sätt man kan välja sitt perspektiv (jfr Fortini-Campbell, 2003). I den här artikeln är målsättningen att vara extremt kundtillvänd. Det här perspektivet används som ett tekniskt redskap. Genom att välja en sådan är position kan man förtydliga fenomen som inte uppmärksammats i tillräcklig utsträckning.

I den klassiska sändarmottagarmodellen är mottagaren ett objekt, dvs., utsatt för sändarens olika åtgärder såsom reklambudskap. Dessutom är det sändaren som sänder och står för aktiviteten och mottagaren förblir rätt passiv i den här processen. Det här leder till att den rådande normen blir sändarens norm. Här kan man göra en parallell till den könsdebatt som pågår i vårt samhälle, där man gör en skillnad mellan samhällets rådande norm och kvinnonormer. Den här parallellen skall inte tolkas alltför snävt, men kan hjälpa till att förstå poängen om sändarens och mottagarens norm.

Då sändarens norm gäller blir det mottagaren som missförstår ett budskap. Det är sändaren som bestämmer vad som är rätt och fel. Hur stämmer det här ihop med den gamla klyschan att ”kunden har alltid rätt”, eller hur stämmer det ihop med att kunden i och med informationssamhället fått så mycket makt (Schultz och Barnes, 1999). Svaret på

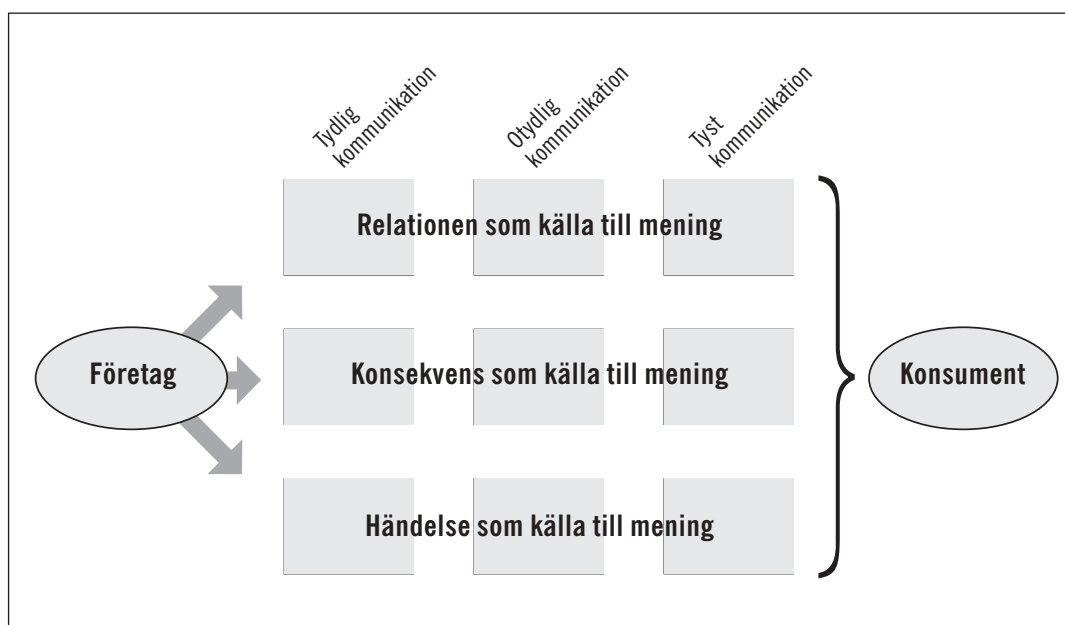
den frågan är att det inte hänger ihop. Synen på kund och mottagare är förlegad. Det är dags att ge kunden det tolkningsföretråde som behövs. Med mottagaren som norm kan man göra det. Då blir det mottagaren som bestämmer vad som skall anses vara budskap (Fortini-Campbell, 2003).

NYA TEORETISKA HELHETSMODELLER OCH BEGREPP

Rent praktiskt kan den teoretiska lösningen på problematiken vara rätt enkel. Duncan och Moriarty (1997) föreslår en helhetssyn som omfattar fyra olika källor till budskap, nämligen planerade budskap (reklam, broschyrer), produktbudskap (design, kvalitet råmaterial), servicebudskap (tjänstemöten, interaktioner) och oplanerade budskap (rykten, uppmärksamhet i pressen). Grönroos (2000) för in en femte kategori, avsaknad av kommunikation, till de fyra budskapskategorierna med stöd av Calonius (1989) eftersom avsaknaden av kommunikation även det sänder budskap och därför bidrar till kommunikationsprocessen som helhet.

Emellertid följer deras idéer inte heller ett starkt kundperspektiv eftersom begrepp som planerade och oplanerade budskap tydligt visar vem som styr kommunikationsprocessen. Sålunda omarbetas begreppen i Finne (2004) till något som kallas tydlig kommunikation, otydlig kommunikation och tyst kommunikation samt relation som källa till mening, konsekvens som källa till mening och händelse som källa till mening. Med hjälp av de här begreppen kan man beskriva en relationskommunikationsarena² (figur 1). En relationskommunikationsarena är en slags abstrakt plattform, som alltid är där och närvarande och företag lägger ut eller låter bli att lägga ut olika budskap på den här arenan. På motsvarande sätt kan en konsument plocka upp eller låta bli att plocka upp olika budskap, allt enligt eget gottfinnande eller aktivitet. På den här abstrakta plattformen skapas sedan delad mening.

2 För en ingående diskussion om dessa begrepp hänvisas till en omfattande diskussion i Finne 2004.



Figur 1. En relationskommunikationsarena

I och med perspektivskiftet kan man med hjälp av relationskommunikationsarenan upptäcka nya fenomen i kommunikation – såsom tyst kommunikation – som inte tidigare beaktats i tillräcklig utsträckning. Eftersom det är kunden som står för den aktiva konstruktionen av budskap, kan kundens uppfattning vara en annan än den som företagen avsett. Kundens uppfattning kan beskrivas med hjälp av begreppen tydlig, otydlig och tyst kommunikation. Även källorna till den här kommunikationen kan variera. Dylika källor kan lokaliseras till relation, händelse eller konsekvens. I den här artikeln poängteras tyst kommunikation helt enkelt för att har finns intressanta element som aldrig diskuteras förut.

TYST KOMMUNIKATION

Då en riktig relation existerar mellan en kund och ett företag kan det vara intressant att studera aktiviteten i kommunikationsprocessen (tabell 1). Kommunikationen blir tyst då endera parten eller båda parterna i processen är

passiv. Inom ramen för tyst kommunikation utvecklas nya begrepp – döv kommunikation, stum kommunikation och passiv kommunikation – som kan öppna möjligheter för företag att minska på den aktiva kommunikationen med sina kunder.

Då båda parter i kommunikationsprocessen är aktiva kan man tänka sig att parterna verkligen möts och delad mening sker i kommunikationsprocessen. Idealistiskt har man tänkt sig att det mesta av kommunikation är av detta slaget. Det finns dock skäl att anta att det är mycket vanligare att sändaren är aktiv, men att mottagaren är passiv, dvs. mottagaren tar inte till sig av sändarens budskap. Det här är en form av tyst kommunikation som kan kallas döv kommunikation, eftersom kunden slagit dövörat till. Högst antagligt skapas ingen delad mening i en sådan process. Med tanke på att varje individ utsätts för tusentals budskap under en enda dag, men endast några få aktiverar mottagaren så pass mycket att man tar budskapet till sig tyder på att mottagaren oftast förblir passiv, dvs. kommunikationen kan beskrivas som döv.

Tabell 1. En kommunikationsaktivitetsmatris, som belyser vem som är aktiv part i kommunikationsprocessen och därigenom för in flera nya begrepp, där döv, stum och passiv kommunikation representerar tyst kommunikation.

	SÄNDARAKTIVT (har förekommit i kommunikationslitteratur)	SÄNDARPASSIVT (har inte förekommit i kommunikationslitteratur)
MOTTAGAR-AKTIVT	Sändaraktivt <i>och</i> mottagaraktivt Aktiv kommunikation, eller Komplikationer i kommunikation	Sändarpassivt <i>men</i> mottagaraktivt Stum kommunikation
MOTTAGAR-PASSIVT	Sändaraktivt <i>men</i> mottagarpassivt Döv kommunikation	Sändarpassivt <i>och</i> mottagarpassivt Passiv kommunikation, eller Ingen kommunikation

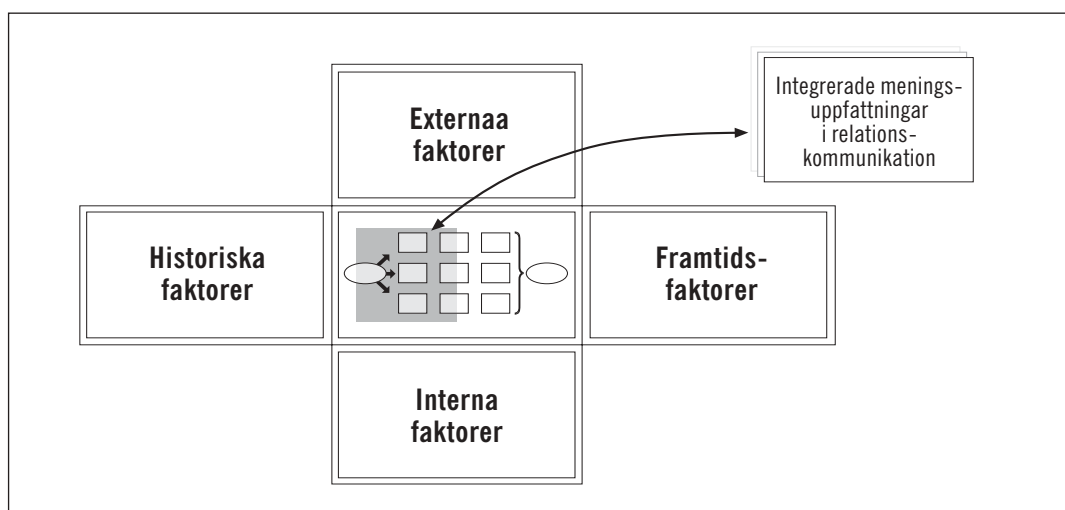
En annan rätt vanlig form av tyst kommunikation är stum kommunikation. Nu är aktivitetsrollerna ombytta: Sändaren sänder ingenting, trots att det finns en mottagare, en kund, som anstränger sig i sina försök att ta emot någonting. Högst antagligt skapas inte här heller nån delad mening. Kommunikation av den här sorten har inte beskrivits förut, eftersom det per sändarnorm inte är kommunikation för att inga budskap har sänts ut. Däremot kan mottagaren vara av helt annan åsikt, eftersom sändaren i och med bristen på aktivitet uppfattas som stum. Det här uppfattas tydligt av en aktiv mottagare.

Man kan tänka sig ett exempel där ens favoritleverantör av hemelektronik, kanske Veikon Kone, för tillfället är tyst. Däremot kör konkurrenterna, eventuellt Musta Pörssi, Gigantti och OnOff, ljudliga kampanjer. Eftersom man är stamkund hos Veikon Kone omfattande Bonuskort och personlig relation till en försäljare uppfattas Veikon Kone som tyst, dvs. stum kommunikation. Om relationen är stark behöver den här situationen inte vara kritisk, men i andra fall kan till exempel Musta Pörssi i kombination med ett bra erbjudande och litet Plussapoäng börja väga allt tyngre.

Man kan även tänka sig en form av tyst

kommunikation där båda parter är passiva. Det här kan kallas passiv kommunikation (eng. tacit communication). Man kan tänka sig exempel där telefonförsäljare av tidningsprenumerationer lämnar trogna kunder i fred, eftersom de trogna kunderna tar kontakt vid behov. Eventuellt övergår man till nya media (e-post, SMS) som dock utnyttjas mycket diskret. Även i fall av cross-selling i till exempel bank- och försäkringsbranschen kunde tyst kommunikation utnyttjas med framgång. Det handlar alltså om en slags övergång från push-strategier till pull-strategier där företaget utnyttjar passiv kommunikation.

Det centrala i passiv kommunikation är den delade meningen som skapas mellan parterna trots avsaknaden av aktivitet. Om en relation existerar mellan parterna och delad mening skapas i en kommunikationsprocess där ingenting sänds eller tas emot sker just detta. Här kan en potential finnas för en helt ny inriktning av kommunikation – relationskommunikation – en inriktning där parterna lämnar varandra ifred och därigenom skapar ett mervärde för varandra. Tanken är utmanande och ny. Därav den litet provocerande rubriken för artikeln: *"Ibland kan det vara bättre att vara tyst"*.



Figur 2. Den dynamiska kommunikationsmodellen.

MÅNGSIDIGHETEN I RELATIONSKOMMUNIKATION

Hur är det möjligt att det inom ramen för en kommunikationsprocess skapas mening trots att båda parter är passiva? För att svara på den frågan utvecklar Finne (2004) den dynamiska kommunikationsmodellen (figur 2). En modell för "kritisk incidentteknik" (Edvardsson och Strandvik, 2000) står till grund för detta utvecklingsarbete. Som sådan fungerar inte deras modell, eftersom t.ex. en annons sällan skapar en kritisk incident. I stället utvecklas en ny modell, som kallas den dynamiska kommunikationsmodellen. Modellen visar hur mening struktureras där olika faktorer har inflytande över den uppfattning som konsumenten konstruerar.

Kundernas uppfattningar är strukturerade i två olika dimensioner: en tids- och en kontextdimension. Tidsdimensionen består av historiska och framtidsrelaterade faktorer och kontextdimensionen är en situationsdimension som består av interna, personliga faktorer och av externa faktorer i omgivningen. I relationskommunikation förekommer faktorer från alla dimensioner. Detta innebär att mening skapas inom ramen för relationskommunikation, trots att båda parterna i

kommunikationsprocessen förblir passiva.

Den dynamiska kommunikationsmodellen har även betydelse för den empiriska analysen. Genom att koda berättelser enligt den dynamiska kommunikationsmodellen, vilka uppstått av olika budskap som har visats för respondenter kan man ta fram olika strukturer i deras berättelser. Olika berättelser är strukturerade på olika sätt, där en del berättelser har ganska ensidig struktur, dvs. omfattande bara en av modellens faktorer. Andra berättelser kan ha en mångsidig struktur, dvs. omfattande alla faktorer i modellen. Intressant var att de historier som klassats med relation som mening till källa hade en mångsidig struktur då övriga kommunikationsformer hade en enklare struktur. På grund av det här resultatet kan man tala om relationskommunikation som något annat än kommunikation där konsekvens eller händelse står som källa, dvs. vanlig kommunikation.

Eftersom strukturen i relationskommunikation är annorlunda kan man dra några intressanta slutsatser. På grund av den mångsidigare strukturen får det budskap som företagen aktivt sänder ut en mindre betydelse – i en del fall en rätt underordnad betydelse för den mening som skapas. I en del fall kunde

man gå så långt att t.ex. annonser kunde utelämnas helt och hållet. Finne (2004) beskriver fall där den mening som skapas, skapas trots annonsen inte på grund av den. I sådana fall slösar annonsören med pengar, som antingen kunde sparas eller med hjälp av justeringar kunde företaget försöka bidra till delad mening genom bättre annonser. Där man på lek sagt att hälften av all annonsering är onödig, men problemet är att veta vilket hälft som är det, så finns nu ett verktyg som man bättre kan greppa denna problematik.

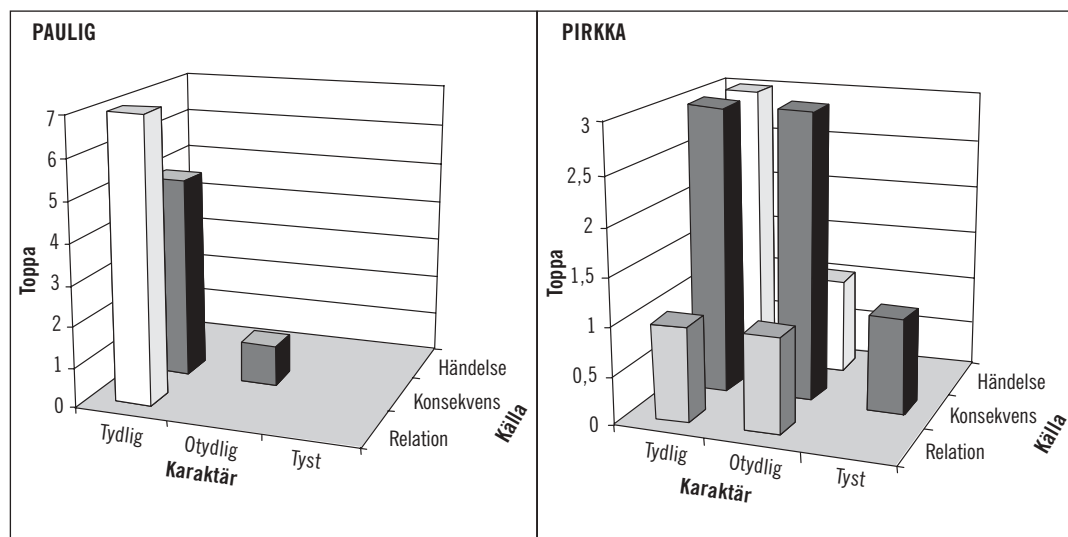
KOMMUNIKATIONSTOPOGRAFI – EN METOD FÖR ATT ÅSKÅDLIGGÖRA OLIKA FENOMEN

I Finne (2004) utvecklas även en metod – kommunikationstopografi – med vars hjälp olika uppfattningar kan visualiseras på ett åskådligt sätt. Med topografierna kan olika budskap som annonser analyseras och tydli-

ga, otydliga samt tysta budskap separeras. På motsvarande sätt kan även olika grupper av personer som uppfattar budskap på ett visst sätt särskiljas. Både budskap och personer analyseras här. Förekomsten av relationskommunikation kan i en del fall påvisas. Med kommunikationstopografi kan man visa hur den aktiva kunden konstruerar, lägger till eller lämnar bort budskap.

Genom en ganska enkel teknik får man en respondent, dvs. en mottagare av budskap, att sortera olika incitament. De lägger alltså ut olika budskap på ett sorteringsbord som ett slags patiens som bygger på relationskommunikationsarenan. Då flera budskap har lagts ut börjar en del högar växa och på andra ställen på sorteringsbordet kan budskap saknas. De här topparna och dalarna formar ett böljande landskap, dvs. en kommunikationstopografi (se figur 3).

I Finne (2004) förs en djupare diskussion om sex stycken olika annonser. De visar alla



Figur 3. Två olika kommunikationstopografier, där den ena representerar mycket tydlig kommunikation med tydliga allokerade toppar, där inslaget av relationskommunikation (ljusgrå pelare) är påtagligt. Detta företag kan lugnt fortsätta med sin kommunikationsstrategi. Den andra kommunikationstopografin visar på diffus kommunikation (topparna utspridda över hela fältet). Detta företag borde göra någonting åt sin kommunikationsstrategi för att nå resultat.

upp olika topografier, men kan ordnas i tre grupper, dvs. relationskommunikation och den andra ytterligheten diffus kommunikation samt ett mellanting som kallats blandad kommunikation för att den ena dimensionen är diffus och den andra dimensionen är distinkt.

I relationskommunikation finns en klar allokering kring tydlig och relation (vänstra topografin i figur 3). Det här företaget behöver inte bekymra sig. Å ena sidan kan det bra fortsätta på samma linje som förut, å andra sidan konstrueras en stor del av meningen ur faktorer som inte finns i själva budskapet. Det här företaget kan också annonsera betydligt mindre om det så vill och därigenom göra inbesparingar.

Det andra fallet representerar en annan ytterlighet – diffus kommunikation, som uppvisar en rad problem (högra topografin i figur 3). Här visar respondenterna att någon gemensam uppfattning inte skapas. Det är tvärtom svårt att ta fram något enskilt fenomen. Det saknas en linje i företagets kommunikation och detta uppfattar konsumenterna genom att klassa budskapen på olika sätt. Det skapas alltså ingen distinkt kommunikationsprofil. Även om litteraturen i integrerad kommunikationslitteratur kritiserades i början för att vara alltför företagsfokuserad borde de företag som uppvisar diffus kommunikation att se över de budskap de har kontroll över.

Det förekommer även ett mellanting (Finne, 2004), som är varken helt diffusa eller helt distinkta. I stället är den distinkt i den ena dimensionen, men diffus i den andra. I en del fall kan man ana en tudelning mellan två förhärskande uppfattningar. Så var fallet i en parfymannons. Annonsern har en erotisk laddning, som ca hälften tar avstånd från, och klassar den som tyst. Den andra hälften uppfattar det som tydlig kommunikation. Det här mönstret har jag även sett i reklamer ytterom materialet för denna studie, eftersom jag låtit studeranden jobba med annonser från t.ex. H&M. I topografierna syns det här som två olika toppar och fungerar som en förvarning om den tudelade uppfattningen.

KONKLUSION – INBESPARINGAR ATT HÄMTA

Man kan sammanfatta min kontribution med att konstatera att studien erbjuder bidrag på tre fronter: Perspektivet i sig är en kontribution, eftersom kundfokuset som tagits i arbetet är rätt speciellt. För det andra, modellerna har en del poänger såsom möjligheterna att föra in begrepp som tyst kommunikation och passiv kommunikation. För det tredje, metoderna är enkla, men kan det oaktat bidra med intressant kunskap. Man kan sålla ut så kallad onödigt kommunikation som är slöseri med företagets pengar och kundernas tid. Dessutom kan man med hjälp av metoden visa att relationskommunikation existerar och skiljer sig från annan kommunikation. Samtidigt kan man konstatera att dessa tre punkter är nånting som kan ha praktiskt värde för en företagsledning som verkligen bryr sig om sina kunder.

Det får bli en inriktning för kommande forskning att testa metoden i olika former. I detta första skede har jag närmast demonstrerat hur den kan fungera (Finne, 2004). Olika former av budskap borde testas, där den största utmaningen kan vara att forska i budskap där sändaren är passiv. En kvantifiering av sorteringen av budskap kunde även vara ett mycket intressant uppslag, t.ex. i kombination med teknik på Internet, där man fort kunde få stora mängder uppfattningar med intressanta topografier som följd. Dessa idéer hör dock framtiden till.

CENTRALA KÄLLOR:

Calonius, H. (1989): Market Communication in Service Marketing, in *Marketing Thought and Practice in the 1990s*, edited by Avlonitis, G.J., Papavasiliou, N.K. & Kouremeos, A.G. Proceedings from the XVIIIth Annual Conference of the European Marketing Academy, Athens, Greece

Duncan, T. & Moriarty, S. (1997): *Driving Brand Value*, New York: McGraw-Hill.

Edvardsson, B. & Strandvik, T. (2000): Is a critical incident critical for a customer relationship? *Managing Service Quality*, Vol. 10, Nr. 2, pp. 82–91

Finne, Å. (2004): *Hur den aktiva kunden konstruerar budskap – ett synsätt inom relationskommunikation*. (Ph.D. thesis) Swedish School of Economics and Business Administration, Ekonomi och samhälle No. 137, Helsinki, Finland

Fortini-Campbell, L. (2003): Integrated Marketing and The Consumer Experience. In *Kellogg on Integrated Marketing*, edited by Iacobucci, D. & Calder, B. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, pp. 54–87

Grönroos, C. & Lindberg-Repo, K. (1998): Integrated Marketing Communications: The Communications Aspect of Relationship Marketing, *IMC Research Journal*, Spring 1998, pp. 3–11

Grönroos, C. (2000): Creating a Relationship Dialogue: Communication, Interaction and Value, *Marketing Review*, Vol. 1, No. 1

Mick, D.G. & Buhl, C. (1992): A Meaning-based Model of Advertising Experiences. *Journal of Consumer Research*, Vol. 19, Dec. 1992, pp. 317–338

Schultz, D. & Barnes, (1999): *Strategic Brand Communication Campaigns*. 5th ed, Lincolnwood: IL NTC Business.

ERKKI LIIKANEN*

GLOBALA OBALANSER OCH EUROPEISKA UTMANINGAR

INLEDNING

När vi tittar tillbaka på den globala utvecklingen under de senaste tio åren, stöter vi på en rad centrala företeelser:

- brant börsuppgång i IT-aktiernas kölvatten i slutet av 1990-talet samtidigt med en avsevärd appreciering av dollarn och motsvarande oväntade depreciering av den nya valutan, euron
- brant börsfall med början 2000 och dollarförsvagning sedan början av 2002 med motsvarande euroförstärkning
- växande bytesbalansunderskott i USA följt av rätt snabbt ökande budgetunderskott
- penningpolitiska lättnader världen över och expansiva monetära förhållanden under exceptionellt lång tid
- låg inflation i allt fler länder världen över
- hög produktivitetstillväxt i USA
- Kina en ny viktig faktor i världsekonomin.

Listan kunde göras längre, men jag nöjer mig med att ta upp de här företeelserna.

Jag skall försöka tolka utvecklingen och bedöma vilka riskerna är i det rådande läget, hur allvarliga obalanserna är och vilka möjligheter det finns att korrigera dem på ett kontrollerat sätt.

FAKTA OCH DERAS TOLKNING

Växelkurser

Att euron försvagades under sina första år var för många en överraskning och för många även en besvikelse. För en del företag var det förstas en glad överraskning, som de dock inte precis basunerade ut.

Figur 1 visar eurons och dollarns effektiva, dvs. handelsvägda, kurs. Här kan vi se hur euron försvagades och senare förstärktes.

Figuren visar emellertid bara en företeelse. De effektiva kurserna har även tidigare fluktuerat kraftigt, de bilaterala kurserna ännu kraftigare. Det här syns tydligt i figur 2, där figur 1 återges i den lilla rutan.

I ett historiskt perspektiv är dagens svaga dollar eller starka euro inte helt exceptionella. De ligger inte långt från de långfristiga medelvärdena. Påfallande är däremot dollarns exempellösa styrka under första hälften av 1980-talet. Så stark var dollarns effektiva kurs inte under IT-boomen trots att den nådde extremt höga nivåer.

Hur skall det här tolkas? En rätt vanlig tolkning är att händelserna i USA har påverkat dollarns effektiva kurs mycket mer än händelserna i den övriga världen.

I början av 1980-talet pressades dollarkursen upp av en initialt mycket stram penningpolitik följt av en expansiv finanspolitik i början av Reaganadministrationen. Höga räntor lockade till investeringar i dollar och den expansiva finanspolitiken drev upp den inhemska efterfrågan på exportens bekostnad.

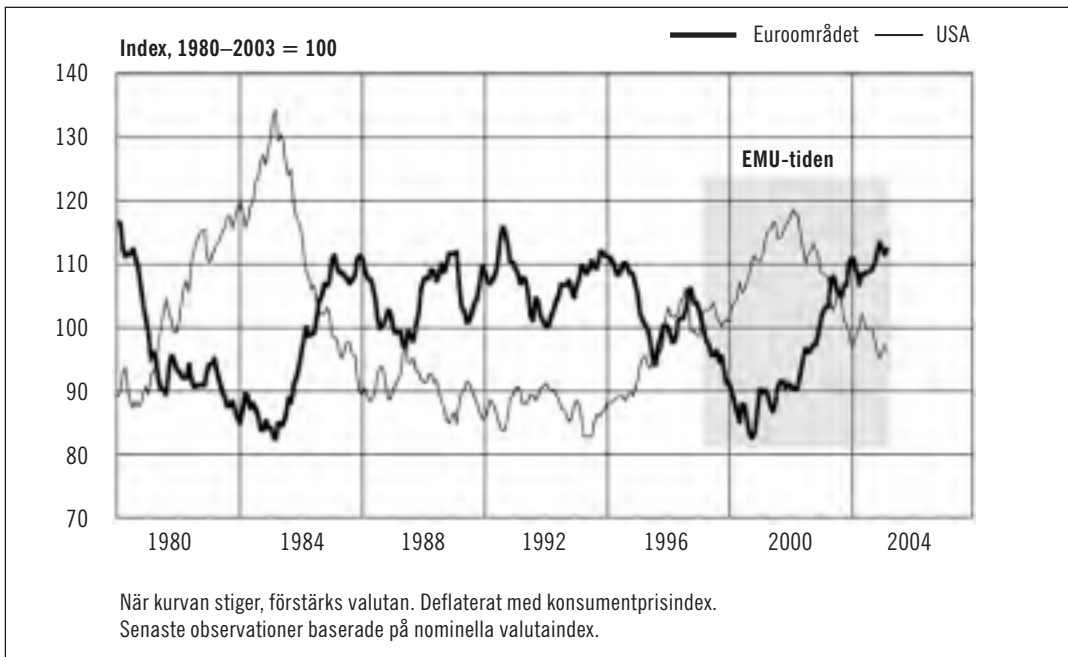
Vid millennieskiftet bidrog IT-boomen och optimistiska avkastnings- och tillväxtförväntningar till ett inflöde av utländska aktie- och direktinvesteringar. I den här investeringsvågen förstärktes dollarn, något som man inte ens i USA var särskilt missnöjd med.

* *Chefdirektör för Finlands Bank.
Ekonomiska Samfundets årsmöte den 9 februari 2005 i Helsingfors.*



Figur 1. Real handelsvägd valutakurs 1998–2004.

Källa: IMF



Figur 2. Real handelsvägd valutakurs 1980–2004.

Källa: IMF

Men, allting har en ände.

I mitten av 1980-talet vände dollarkursen brant nedåt och fortsatte att falla under flera år. Ett par gånger gjordes försök att påverka kursfallet genom gemensamma interventioner.

På samma sätt gick det för ett par, tre år sedan. När IT-optimismen falnat blev tillväxtförväntningarna måttfullare, aktiekurserna sjönk och de utländska aktie- och direktinvesteringarna i USA mattades av. Dollarn började sin länge förutspådda utförsbacke, som troligen hade varit ännu brantare utan asiatiska centralbankers investeringar i dollartillgångar. De här investeringarna har också bidragit till att långräntorna inte stigit som väntat. USA lättade extremt mycket på penningpolitiken och budgetunderskottet tilläts växa. Följden blev att USA fick dubbla underskott som många ekonomer uttryckt sin oro över.

USA:s dubbla underskott

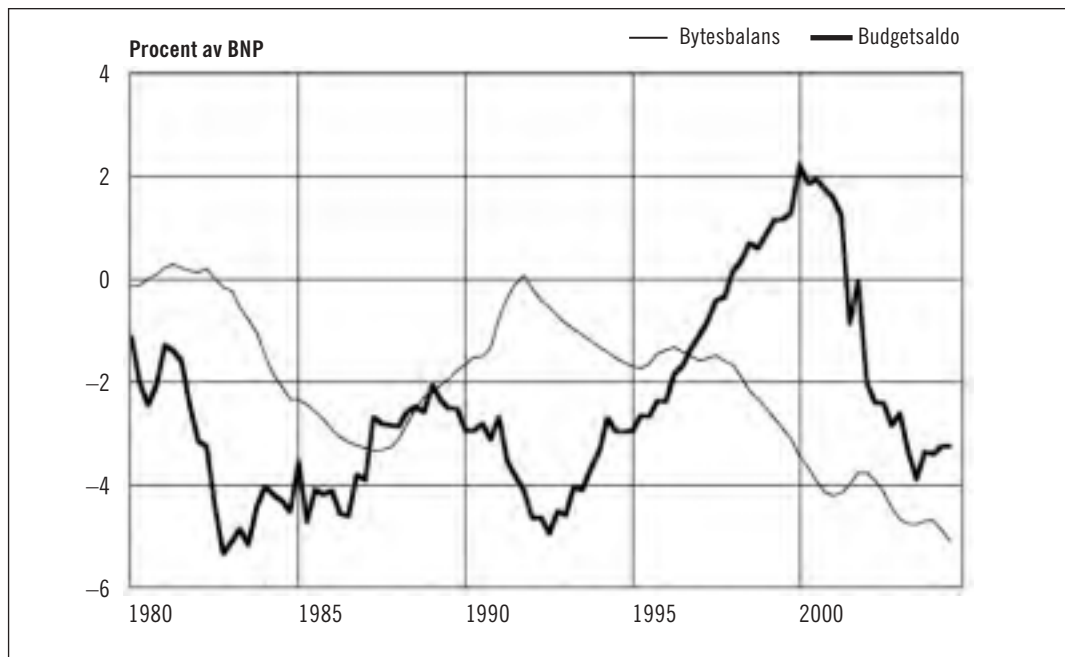
USA:s bytesbalansunderskott började växa på nytt i IT-boomens början 1998. Budget-

underskottet däremot hade minskat allt sedan 1993 och övergick kring millennieskiftet i ett överskott på cirka 2 % (figur 3).

Att underskottet i bytesbalansen växte under IT-boomen är förståeligt, eftersom resurserna var fullt utnyttjade och den inhemska efterfrågan ökade i snabb takt. Bytesbalansunderskottet har emellertid vuxit även efter IT-boomen. Som dess motpost har hushållens och särskilt statens skuldsättning fortsatt att öka. Företagssektorns skuldsättning utgör däremot inte något problem i USA, då företagets finansiella ställning (*cash flow to capital spending*) de senaste åren avsevärt förbättrats.

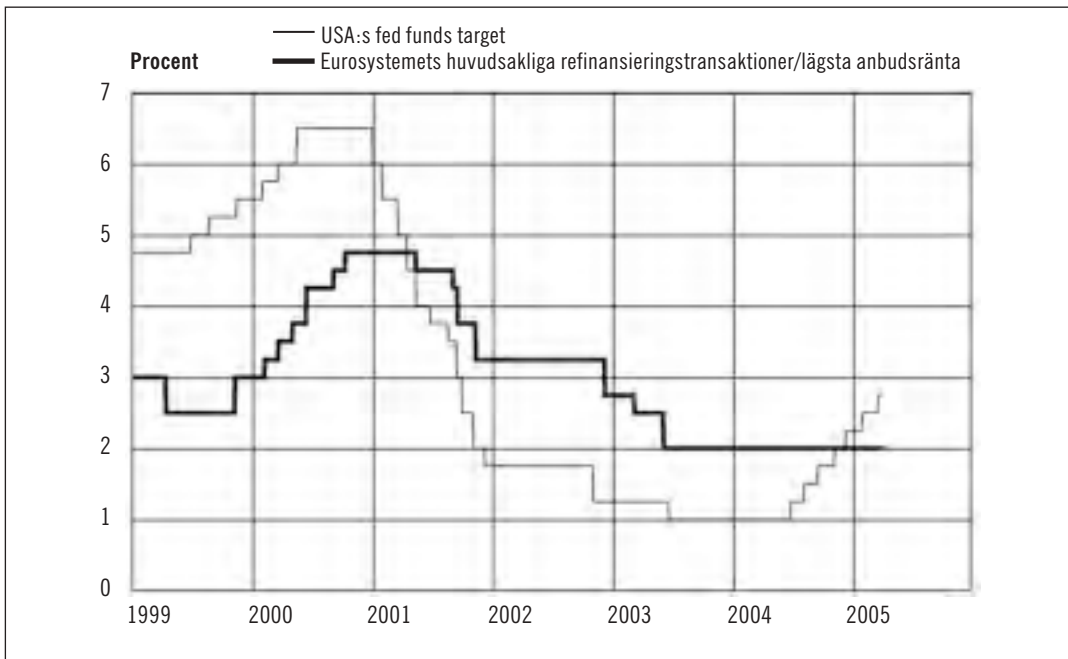
Debatten har handlat om huruvida de dubbla underskotten utgör ett hot mot en stabil utveckling i USA och sålunda även mot den globala utvecklingen.

Optimisterna pekar på USA:s dynamik, flexibla marknader och höga tillväxtpotential. Dessutom pekar man på inflödet av investeringar med hög avkastning och låg risk och på dollarns överträffade roll som reserv- och



Figur 3. USA-underskott.

Källa: Federal Reserve System



Figur 4. Centralbankräntor. Fed och ECB.

Källa: Reuters

investeringsvaluta och internationellt betalningsmedel. Även om underskotten inte kan växa i all evighet kommer den amerikanska ekonomin i sinom tid att bli kvitt de här problemen, hävdar optimisterna.

Pessimisterna åter påpekar att investerarna redan har börjat gå ur sina dollarinvesteringar, och det här försvårar finansieringen av underskotten. Den här utvecklingen visar att redan de nuvarande budget- och bytesbalans-underskotten är ohållbara. Om underskotten ligger kvar på nuvarande nivåer eller ökar kommer USA:s utlandsskuld och federala skuld att överskrida den gräns då dollarinvesteringar inte längre är intressanta. Det här leder till dollarras och prisfall på dollarobligationer. Det senare innebär stigande långräntor.

Penningpolitik

Historiskt sett var de penningpolitiska lättänderna i USA 2001–2003 osedvanligt stora, men så hade man åren innan också stramat åt penningpolitiken mer än i andra länder (figur 4).

I USA har de korta realräntorna under de

två senaste åren varit svagt negativa samtidigt som de även i euroländerna har legat kring noll (figur 5).

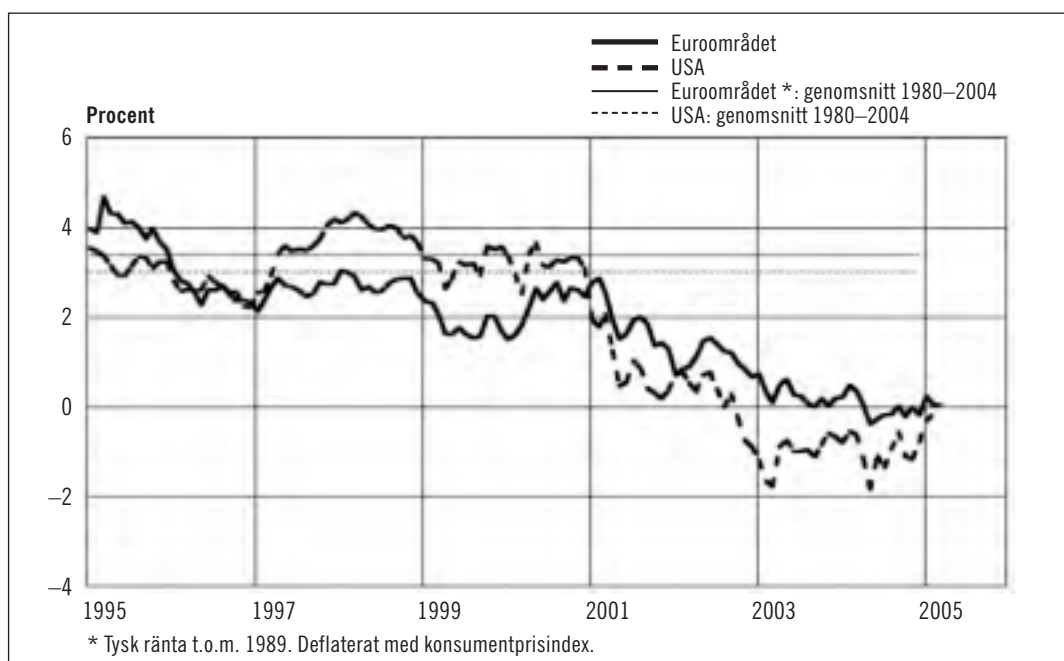
Den expansiva penningpolitiken har hittills inte påverkat inflationen. Inflationförväntningarna har stigit något efter 2003 både i USA och i euroländerna, men ökningen är marginell.

Det här betyder inte att den lätta penningpolitiken inte skulle ha påverkat även priserna.

Den expansiva penningpolitiken har för sin del drivit upp tillgångspriserna i USA liksom också i andra länder. Aktiekurserna steg 2004. Obligationspriserna har förblivit höga och det här återspeglas i låga långräntor.

Investerarna har sökt högre avkastning i mer riskfyllda tillgångar, och räntespreaden har därför varit liten (mätt som avkastningsskillnad mellan företagsobligationer med BBB- och AAA-rating eller som avkastningsskillnad mellan utvecklingsländernas lån och motsvarande lån till industriländer).

Också uppgången i bostadspriserna förefaller vara en global företeelse. Bostads-



Figur 5. Kort realränta (3 månader).

Källor: Eurostat, OECD och Reuters

priserna har stigit i rätt snabb takt i nästan alla OECD-länder utom i Tyskland och Japan. I internationell jämförelse ligger bostadsprisökningen i Finland endast på genomsnittsnivå.

Uppgången i bostadspriserna har tydligt stötts av den expansiva penningpolitiken. Den vägen har penningpolitiken också bidragit till att främja den inhemska efterfrågan särskilt i USA, men även i några euroländer, bland annat Finland. I den senaste tidens debatt har man därför undrat varför de låga realräntorna inte i desto högre grad fått européerna att byta bostad eller bygga nya bostäder. Finland utgör i det avseendet ett undantag, liksom också Spanien och Irland.

Den expansiva penningpolitiken har indirekt höjt även råvarupriserna. Detta har skett genom att USA:s lätta penningpolitik fått genomslag i en del asiatiska länder som följd av ländernas växelkurspolitik.¹ Genom interventioner har växelkursen hållits stabil mot dollarn alternativt har en appreciering av va-

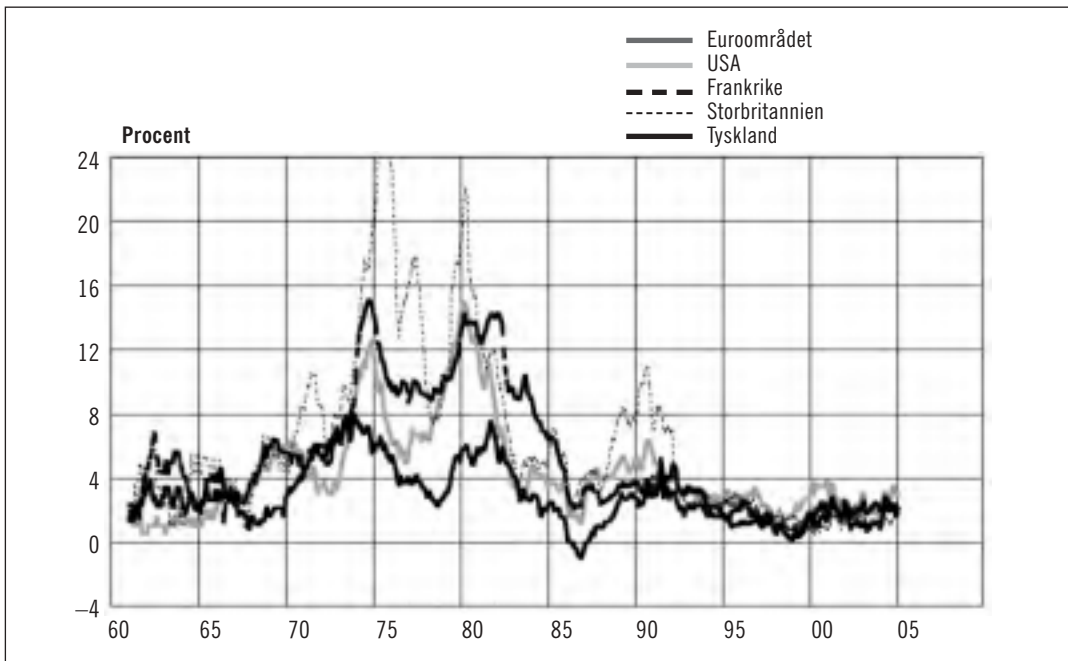
lutant motverkats. Likviditeten har använts till att finansiera den snabba tillväxten framför allt i Kina. Den höga tillväxten i Asien har drevet upp råvarupriserna.

En direkt kanal har också funnits. Billiga pengar har stått till förfogande för olika spekulativa positioner.

Sammantaget innebär det här att den långvariga expansiva penningpolitiken i en tid med globalisering och hög produktivitetstillväxt har inflationsdrivande effekter (Korhonen, 2004). Det tar bara längre tid än förut för dem att slå igenom i en uppgång i den allmänna prisnivån.

En bidragande orsak till prisstabiliteten är kanske centralbankernas ökade trovärdighet, som lett till låga inflationsförväntningar. Tröskeln för prishöjningar är högre när man litar på att centralbankerna håller inflationen nere. Det här innebär självfallet att centralbankerna även i fortsättningen måste bedriva en penningpolitik som bevarar trovärdigheten.

¹ Situationen påminner om Bretton Woods-periodens sista år, då USA finansierade Vietnamkriget med lån och andra länders centralbanker tvingades finansiera USA:s bytesbalansunderskott genom köp av dollartillgångar för att hålla sin växelkurs i fastslagen paritet. Likviditeten och åtföljande inflationstryck överfördes således till andra länder, tills Tyskland fick nog och beslutade revalvera D-marken. Om jämförelsen med Bretton Woods-perioden se Dooley m.fl. (2003).



Figur 6. Ökningstakt i konsumentpriser.

Källa: Eurostat och OECD

Låg inflation

Prisstabilitet eller låg inflation kan vid det här laget sägas vara förväntat och allmänt accepterat i alla OECD-länder. En inflationstakt på 3–4 % anses i dag hög (figur 6).

Övergången till låg inflation har underlättats av en hög produktivitetstillväxt inom många branscher och ökad konkurrens när allt fler ekonomier öppnat upp sina gränser för handel och investeringar. Priserna på många industriprodukter har sjunkit när produktionen har flyttats till lågkostnadsländer och man vidtagit åtgärder för att höja produktiviteten. Att inflationen är låg beror dock framför allt på den förändrade penningpolitiken. Centralbankerna har gjorts självständiga, och låg inflation har blivit deras viktigaste mål.

Det kan finnas skillnader i inflationsdynamiken mellan olika länder eller olika regioner, även om prisökningstakten i alla skulle vara lika låg. Europeiska centralbankssystemet har redan i ett års tid drivit ett omfattande forskningsprojekt i syfte att klarlägga inflationsdynamiken. Även Finlands Bank har del-

tagit i det här arbetet. En jämförelse av det digra materialet visar tydligt att Europa påverkas av en ihållande inflation på ett helt annat sätt än USA. Priserna förändras inte lika ofta som i USA. Det här gäller framför allt tjänstesektorn. Här ligger en av orsakerna till att inflationen i euroområdet envist har legat kvar på drygt 2 % (Dhyne m.fl., 2004).

Produktivitet

Produktivitetstillväxten var länge snabbare i Europa än i USA. Det här berodde på två omständigheter. Dels minskade Europa det produktivetsgap som hade uppstått under andra världskriget, dels ledde de snabbt stigande arbetskraftskostnaderna i Europa på 1970-talet och i början av 1980-talet till att arbetskraft ersattes med kapital.

Efter mitten av förra decenniet har förhållandet varit det motsatta. Produktivetsökningen tog fart i USA och mattades av i Europa. Produktivitetstillväxten ökade i USA med över en procentenhet under perioden 1995–2001 jämfört med produktivitetstillväxten 1990–1995 (figur 7). Detalj- och parti-

handeln och den finansiella tjänstesektorn inklusive stödtjänster står för 95 % av den här ökningen i produktivitetstillväxten (Sinkkonen, 2005).

I Europa avtog produktivitetsökningen under samma tid i de flesta länder (frånsett Grekland, Irland och Portugal). Men Europa har också branscher, till exempel telekommunikationsbranschen, som kan redovisa en relativt hög produktivitetstillväxt. Belägg för att produktivitetsökningen har tagit fart inom tjänstesektorn och överlag inom branscher som använder IKT-teknik saknas dock (figur 8).

Kina

Sist på min lista står Kina, som – milt sagt – har blivit en viktig faktor i världsekonomin. I Kina har tillväxten varit mycket stark redan länge, och inget tyder på att den kinesiska ekonomin inte kunde fortsätta att växa ännu under ett eller ett par decennier (Koivu, 2004).

Om Kinas ökade tyngd som ekonomisk aktör vittnar det faktum att Kina nu är det tredje viktigaste landet i världen mätt med utrikesthandel (figur 9).

Kinas andel av världens oljekonsumtion närmar sig en tiondel: Kina stod 1999–2003 för omkring 40 % av ökningen i oljekonsumtionen. Kina är världens största stålkonsument och väntas 2005 gå förbi USA som världens största förbrukare av aluminium (figurerna 10 och 11).

Den snabba tillväxten i Kina och andra tillväxtekonominer bådär gott för världsekonomin. Här finns lokomotiv för tillväxten. Utvecklingen innebär också att en stor del av de varor och tjänster som tidigare producerades i utvecklade länder nu tillverkas i de här lågkostnadsländerna.

De utvecklade ländernas produktionsstrukturer måste anpassas till den nya arbetsfördelningen. För en del länder eller regioner innebär anpassningen större problem än för andra. Samtidigt öppnas nya möjligheter då den snabba tillväxten i Kina och andra länder medför att också deras import ökar i rask takt. Det här innebär i sin tur möjlighet för andra länder att snabbt öka sin export.

Kina är såtillvida speciellt att det i huvudsak finansierar sina egna stora investeringar självt trots att landet är fattigt. Kinas sparkvot är mycket hög, och landets bytesbalans visar överskott.

Stark tillväxt och förväntningar om hög avkastning har lett till ett inflöde av kapital från utlandet. För att motverka en appreciering av valutan måste de kinesiska myndigheterna hela tiden köpa utländsk valuta. Den växande valutareserven bidrar till en kreditexpansion som finansierar såväl effektiva som ineffektiva investeringar.

Även det här utgör en del av den globala obalansen, om man anser att utvecklingen inte är hållbar på längre sikt.

KORRIGERING AV USA:S DUBBLA UNDERSKOTT

Jag har beskrivit och tolkat en rad mycket kända fakta. Tolkningen är givetvis karikerad och minst sagt schematisk.

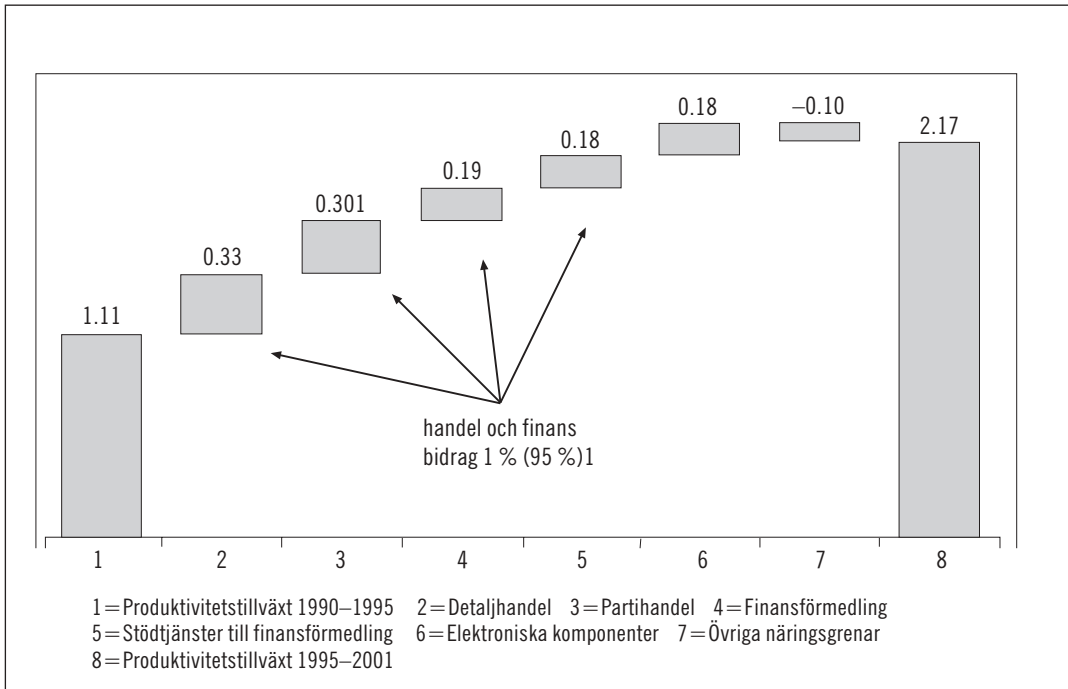
Jag skall nu försöka samla ihop bitarna och börjar med USA:s dubbla underskott, som jag anser utgöra en obalans av nyss nämnda orsak: budget- och bytesbalansunderskotten kan inte fortsätta att växa mycket längre till. Redan deras nuvarande nivå är ohållbar men kan kvarstå ännu någon tid.

Obalanser av det här slaget korrigeras i regel på ett eller annat sätt, okontrollerat eller kontrollerat.

Okontrollerad korrigerings

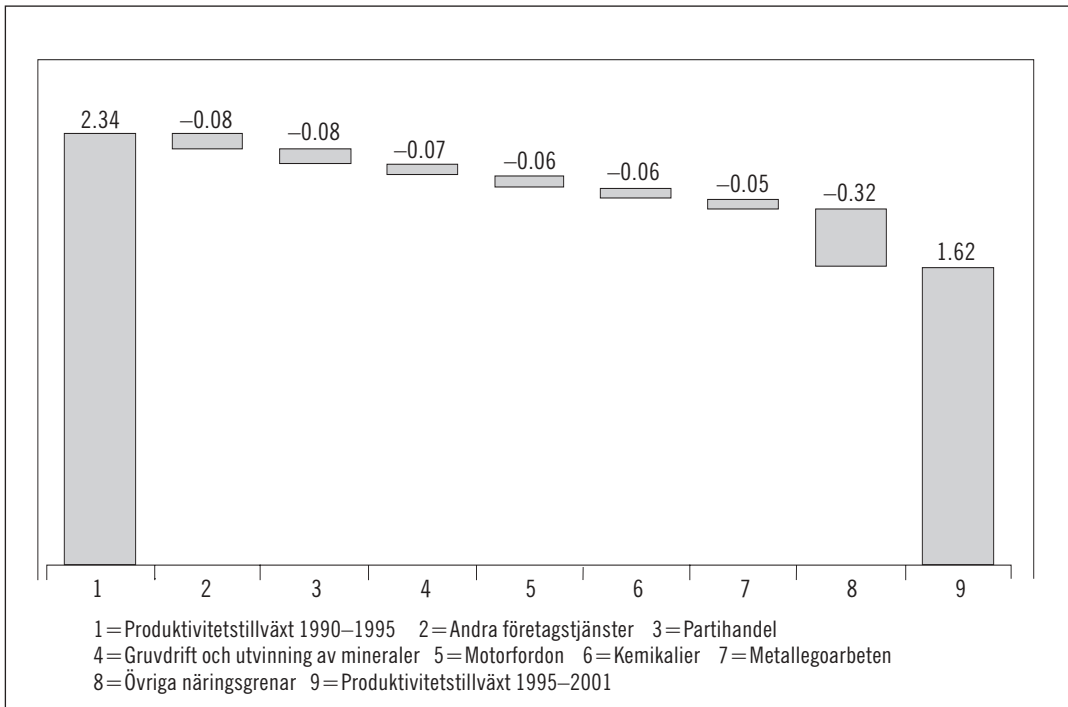
En okontrollerad korrigerings kan för USA innebära en brant, eventuellt överdriven, nedgång i dollarkursen när utländska investerare går ur sina dollarpositioner. I det läget stiger räntorna på dollarobligationer.

Läget kunde förvärras ytterligare om stigande långräntor pressar ned bostadsprierna, och det här i sin tur skulle leda till en kraftig ökning i de amerikanska hushållens sparvot. I ett sådant läge skulle också aktiekurserna vända nedåt och orsaka ett globalt börsfall. Den amerikanska ekonomin skulle hamna i en allvarlig recession och dra med sig resten av världsekonomin.



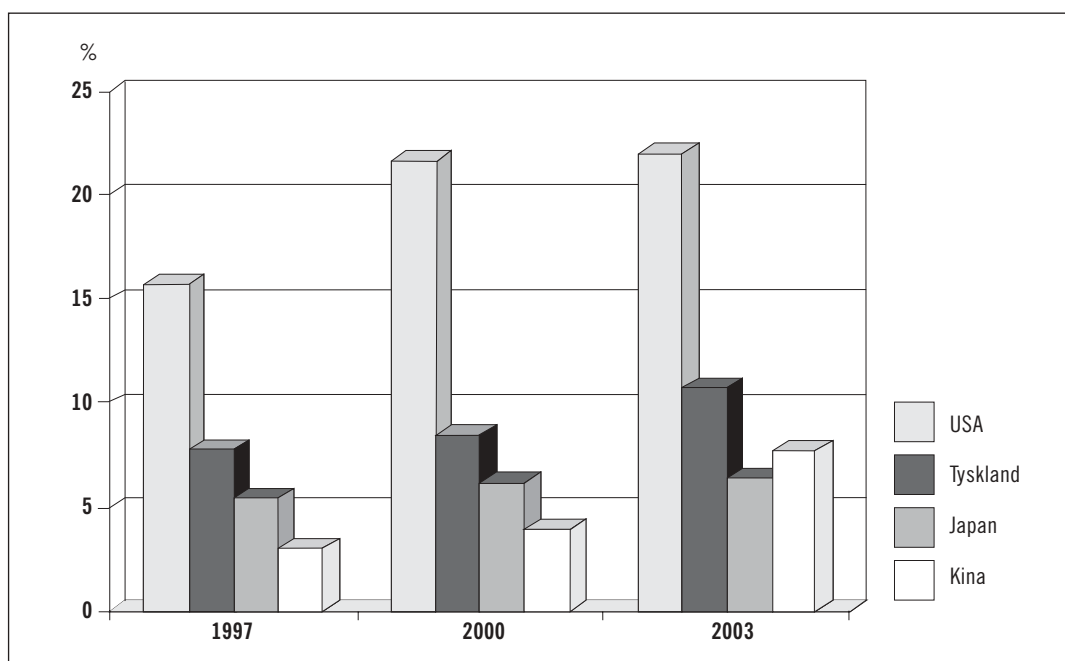
Figur 7. Bidrag till ökad produktivitetstillväxt i USA.

Källa: Sinkkonen (2005)



Figur 8. Bidrag till avtagande produktivitetstillväxt i EU15.

Källa: Sinkkonen (2005)



Figur 9. Andel av världsimporten.

Källa: IMF Direction of Trade Statistics

Som motvikt till dollarns försvagning skulle euron förstärkas kraftigt, särskilt om de asiatiska centralbankerna fortsatte att knyta sin valuta till dollarn. Den starkare euron och den globala recessionen skulle driva euroområdet mot deflation.

Även om en okontrollerad korrigering kan förhindras, lyckas det inte enbart med en rätt inriktad ekonomisk politik. De ekonomiska strukturerna måste också anpassas till de nya ekonomiska förhållandena i världen. Men det räcker inte med åtgärder bara i en enda region eller ett enda land, utan det krävs åtgärder och anpassning såväl i USA som i Kina och Europa.

Kontrollerad korrigering

Det har talats om en okontrollerad korrigering redan i ett par års tid. Men den har uteblivit. På marknaden har risken för en sådan korrigering hittills inte prissatts särskilt högt. Därför har många börjat hålla på möjligheten till en kontrollerad korrigering. Vilka är elementen då? Bland annat följande har nämnts:

USA

- penningpolitiken fortsätter att stramas åt successivt
- budgetunderskottet fås successivt att minska
- hushållens sparkvot ökar

Kina

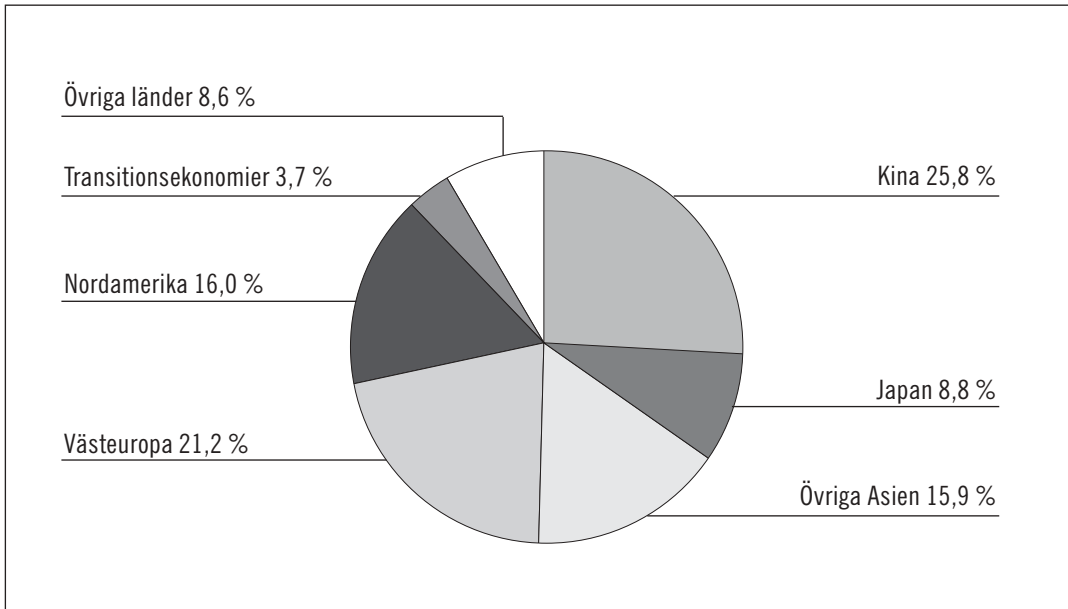
- den överhettade ekonomin kyls av bland annat genom revalvering

Euroområdet

- penningpolitiken är fortsatt tillväxtfrämjande
- euroområdet blir starkare och produktiviteten ökar framför allt i tjänstesektorn.

De här elementen är utan vidare godtagbara åtminstone i fråga om penningpolitik, USA:s budgetunderskott och de amerikanska hushållens sparkvot. Uppfattningen stöds också av olika modellberäkningar.

Finlands Bank gjorde för ett år sedan modellberäkningar med alternativa scenarier för



Figur 10. Stålkonsumtion.

Källa: Financial Times

den amerikanska bytesbalansens anpassning. Utgångspunkten var en minskning av bytesbalansen med 2 procentenheter i förhållande till bruttonationalprodukten. Till det här resultatet kom man två olika vägar. I det ena alternativet sänkte man konsumenternas permanentinkomst (det diskonterade nuvärdet av förväntade inkomster) och höjde därigenom hushållens sparkvot. I det andra alternativet åter höjdes riskpremien på dollarinvesteringar.²

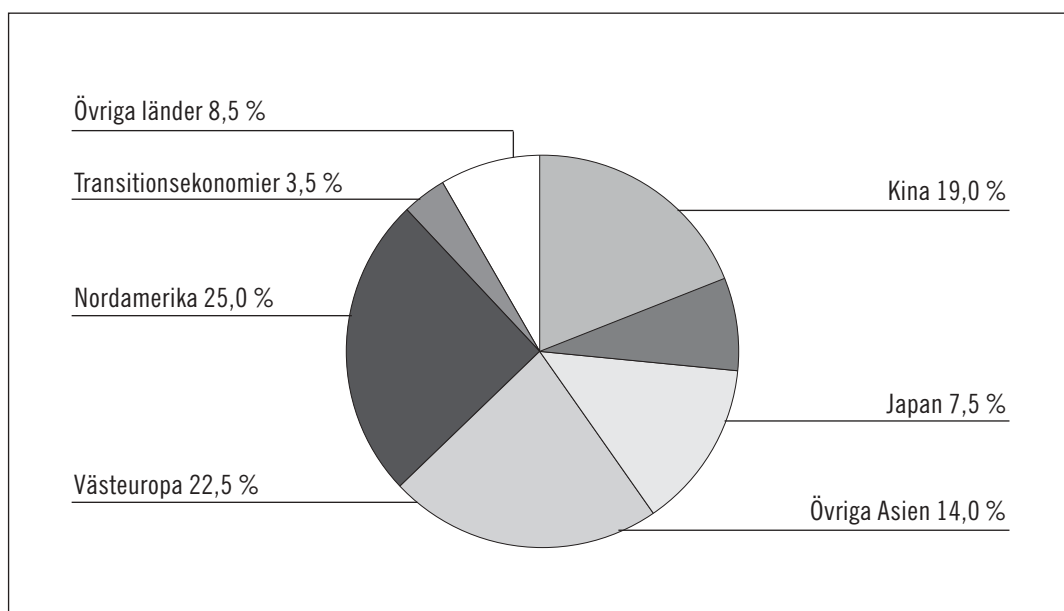
Det senare alternativet motsvarar en okontrollerad korrigerings: Dollarn försvagas nominellt med drygt 20 %, och inflationen accelererar i USA med penningpolitiska åtgärder och stigande räntor som följd. Konsumtionen och investeringarna minskar. Bytesbalansunderskottet krymper när exporten ökar och importen minskar. I den övriga världen (euroområdet) ökar den inhemska efterfrågan, men den krympande nettoexporten pressar ned BNP-tillväxten till noll. Priserna börjar falla, och penningpolitiken möter nollräntegränsen.

Det första alternativet, de amerikanska hushållens ökade sparande, är betydligt positivare och motsvarar en kontrollerad korrigerings. Också där försvagas dollarn reellt men inte nominellt. Inget inflationstryck uppstår och penningpolitiken kan lättas upp i både USA och den övriga världen (euroområdet).

För det här alternativet talar det faktum att USA:s budgetunderskott dras ned, vilket även skulle minska behovet att öka hushållens sparkvot. Sparkvoten är emellertid inte lätt att påverka med direkta ekonomisk-politiska åtgärder.

OECD:s sekretariat har gjort motsvarande beräkningar. Resultaten presenterades i en rapport sommaren 2004 (OECD, 2004). Också enligt de här beräkningarna är en kontrollerad anpassning mycket svår om den sker endast via en kanal. En minskning av handelsbalansunderskottet med två procentenheter skulle kräva en avsevärd försvagning av dollarn (20–25 % effektivt) eller en mycket stor förändring i budgetbalansen (6 % av BNP) eller en kraftig ökning i efterfrågan på USA-tillverkade varor (marknadsandels-

² Beräkningarna har gjorts med den s.k. utvidgade EDGE-modellen. Det är fråga om dynamiska jämviktsmodeller som kalibrerats för euroområdet och USA och sammanlänkats sinsemellan. Resultaten av beräkningarna rapporteras närmare av Kortelainen (2004).



Figur 11. Aluminiumkonsumtion.

Källa: Metal Bulletin Research

ökning på 2 %). Det bästa resultatet nås om alla faktorer inverkar samtidigt. I alla alternativ räknar man med att en minskning av USA:s bytesbalansunderskott i någon mån skulle dämpa tillväxten också på annat håll i världen.

Intressant är OECD:s alternativ med en strukturförändring av den övriga världens importefterfrågan i riktning mot USA-producerade varor och tjänster. Det är lätt att acceptera, men frågan är om det är realistisk. Det kan knappast påverkas med några som helst ekonomisk-politiska åtgärder.

Kvar på listan finns då en minskning av USA:s budgetunderskott och en ökning av de amerikanska hushållens sparkvot, som stöds av en successiv åtstramning av penningpolitiken. I euroområdet fortsätter den tillväxtfrämjande penningpolitiken så länge inflationen och inflationsförväntningarna hålls låga. Det betyder inte att räntorna under kommande år inte sakta kunde stiga mot mer neutrala nivåer.

Då återstår två element: Kinas växelkurspolitik och ett starkare Europa.

KINAS VÄXELKURSPOLITIK

Kina har fått önskemål från både USA och Europa om att revalvera sin valuta eller låta den flyta. Européerna motiverar önskemålet med att bördan borde delas: då orsakerna till dollarförsvagningen härstammar från USA får euroområdet bära en orimligt stor del av anpassningsbördan därför att Kina och vissa andra länder vill följa dollarn. Amerikanerna åter skulle föredra en starkare renminbi för att minska konkurrensen från Kina på den amerikanska marknaden.

Betydelsen av Kinas växelkurspolitik är sannolikt dock överdriven. En revalvering av den kinesiska valutan är inte någon lösning på de problem som en korrigerig av USA:s dubbla underskott skulle medföra. En revalvering av renminbin med 10 % skulle försvaga USA:s effektiva (handelsvägda) växelkurs med endast 1 %. Det är inte mycket då den effektiva kursen redan har försvagats med 20 %. Ingen tänkbar revalvering av renminbin förändrar det faktum att kostnadsnivån i Kina förblir låg i förhållande till USA eller andra utvecklade länder.

Om renminbin tilläts flyta skulle den med största sannolikhet förstärkas, men frågan är huruvida det finansiella systemet och penningmarknadsmekanismen i Kina är mogna för en fritt flytande valuta (Koivu, 2005). För att fungera väl borde kapitalrörelserna vara fria och den inhemska penningmarknaden vara välutvecklad så att prisbildningen på marknaden effektivt återspeglar all tillgänglig information inklusive penningpolitiska förväntningar. Så långt har utvecklingen i Kina ännu inte kommit.

En revalvering av den kinesiska valutan kunde för sin del underlätta anpassningen, men den kan inte tillmätas alltför stor betydelse. Bäst motiveras en revalvering av att de kinesiska myndigheterna själva ser den som nödvändig för att minska kreditexpansionen eller dämpa ett ökande inflationstryck. Kina fattar sina beslut självt i egen takt när tiden är mogen.

EUROPEISKA UTMANINGAR

Européerna har traditionellt reagerat kraftigare på växelkursförändringar än amerikanska. Det här är förståeligt då varje europeiskt valutaområde före EMU var litet i jämförelse med USA. I små, öppna ekonomier har växelkursförändringar stora verkningar, medan verkningarna i stora, slutna ekonomier är små.

Förhållandet borde vara ett annat nu när även euroområdet är ett stort och jämförelsevis slutet valutaområde. Handeln till länder utanför området utgör 17–18 % av BNP. I USA är motsvarande siffra ännu lägre. Just för att utrikeshandeln relativt sett är så obetydlig krävs det en mycket stor växelkursförändring för att den externa balansen skall kunna påverkas i högre grad.

Européerna har varit benägna att skylla på andra för problemen med den starka euron och att vänta att andra vidtar korrigerande åtgärder. Som exempel kan nämnas kraven på att USA:s budgetunderskott skall minskas och den kinesiska valutan revalveras. Som jag redan nämnde finns det goda grunder för dessa önskemål. Men det är också på sin plats

att fråga vad man kan göra i Europa för att lindra problemen med den starka euron och för att främja en kontrollerad korrigerande av de globala obalanserna.

Expansiv penning- och finanspolitik

Många kommentatorer har gett euroländerna rådet att öka den inhemska efterfrågan med hjälp av en expansiv penning- och finanspolitik. Att följa det här rådet skulle innebära att man accepterade större budgetunderskott än hittills oavsett gränserna i stabilitets- och tillväxtpakten och leda till en ännu expansivare penningpolitik än förut. Det har till och med föreslagits att Europeiska centralbanken borde gå till motattack och medvetet försvaga euron genom räntesänkningar och valutainterventioner.

Det är svårt att se hur omfattande finanspolitiska stimulansåtgärder i euroländerna skulle kunna bidra till att minska USA:s budgetunderskott. För det första är det inte säkert att den inhemska efterfrågan ökar på grund av åtgärderna. De växande underskotten kanske bara ökar européernas sparvilja. Men om den inhemska efterfrågan verkligen ökade, skulle ökningen till stor del gälla tjänster och till en mycket liten del amerikanska importvaror. Risken för stigande priser på tjänster skulle öka, och det här skulle åtminstone inte underlätta en tillväxtfrämjande penningpolitik.

Penningpolitiken är för närvarande tillväxtfrämjande och kan fortsätta att vara det så länge inflationen och inflationsförväntningarna hålls låga. Det betyder inte att korträntorna även i euroområdet i sinom tid inte skulle stiga mot mer neutrala nivåer.

Att uttryckligen söka försvaga euron med hjälp av penningpolitiska lättnader eller valutainterventioner vore förödande. Det skulle börja likna konkurrerande devalveringar och leda ännu längre bort från en kontrollerad korrigerande av de globala obalanserna.

Produktiviteten inom tjänstesektorn i euroområdet

Vid första anblicken borde produktivitetsutvecklingen inom tjänstesektorn i euroom-

rådet och en kontrollerad korrigerings av globala obalanser inte ha något att göra med varandra. Tumregeln är att en produktivitetsökning eller en ökad produktivitetstillväxt leder till en förstärkning av den reala växelkursen. Med högre produktivitet och en starkare valuta har landets förmogenhetsställning och konkurrensförmåga i förhållande till andra länder ändå förbättrats.

Nu är det dock inte så här enkelt då man beaktar att största delen av konsumtions-efterfrågan gäller varor och tjänster som inte är föremål för internationell handel. Inom de flesta branscher förekommer dessutom s.k. home bias i konsumtionen. Det innebär att när efterfrågan på varor som är föremål för internationell handel växer, hänför sig en större del till varor som producerats i hemlandet än till varor producerade utomlands även om de inte nämnvärt skiljer sig i kvalitet.

Det här har nyligen uppmärksammats av de amerikanska forskarna Obstfeld och Rogoff (2004). De diskuterar bland annat om en produktivitetsökning inom tjänstesektorn i euroområdet kunde göra anpassningen av USA:s bytesbalans smärtlösare för alla parter.

Hur kan en produktivitetsökning inom tjänstesektorn i euroområdet på ett positivt sätt bidra till en kontrollerad korrigerings av obalanser med amerikanskt ursprung? Det är inte utan vidare självklart.

Mekanismen är i stora drag följande. I alla anpassningslösningar ingår en försvagning av den reala dollarkursen. Det innebär att amerikanska produkter blir billigare och att efterfrågan på dem växer i Europa. Samtidigt minskar euroländernas export eller ökar inte lika snabbt som tidigare.

En produktivitetsökning inom tjänstesektorn i euroländerna skulle motverka en valutaappreciering och indirekt bidra till att minska problemen även inom exportsektorn. För det första går priserna på tjänster ned och därigenom stiger konsumenternas realinkomster. Det relativa priset på tjänster (*non-tradables*) sjunker med följderna att efterfrågan på tjänster ökar på varornas (*tradables*) bekostnad. Efterfrågan på varor stiger dock totalt sett därför att realinkomst-

ökningen speglas även i ökad efterfrågan på varor. Om man till det här lägger för alla länder typisk *home bias*, hänför sig en större del av varuefterfrågans ökning till varor producerade i hemlandet (euroområdet) än till importvaror och det här kompenserar i sin tur exportbortfallet.

Det snabbaste sättet att driva upp produktiviteten inom tjänstesektorn är att öka konkurrensen på tjänste- och varumarknaden. Här återkommer vi till samma frågor som redan länge har diskuterats i Europa, nämligen strukturreformer. Reformerna är nödvändiga även utan globala obalanser. I nuläget skulle de bidra till att underlätta en korrigerings av obalanserna på ett kontrollerat sätt.

Att enbart tjänstesektorns produktivitet lyfts fram betyder inte att produktiviteten inte behövde höjas också inom varuproduktionen. Självfallet skulle en produktivitetsförbättring inom industrin göra det lättare att tåla eurons förstärkning. Man kan dock inte räkna med att produktiviteten inom industrin i euroområdet skulle kunna höjas så mycket att priskonkurrenskraften återställdes mätt med relativa enhetsarbetskostnader.

Men det största trycket på produktivitetsförbättring och strukturreformer uppstår av att den relativa fördelen i varuproduktionen håller på att flyttas till länder utanför gamla Europa och USA.

SAMMANFATTNING

Som uttryck för den globala obalansen står USA:s dubbla underskott. Om obalans kan man tala i det avseendet att den nuvarande situationen är klart ohållbar: USA:s budget- och bytesbalansunderskott kan inte ligga kvar på så höga nivåer i all evighet. Bägge underskotten måste fås ned förr eller senare. Bytesbalansunderskottet behöver inte helt och hållet jämnas ut då den demografiska utvecklingen i USA än så länge är gynnsam och arbetskraften växer tack vare immigrationen. Skuldsättningen är inte heller den alarmrande hög i europeisk jämförelse. Tid finns således för en kontrollerad anpassning.

De dubbla underskotten är inte bara

USA:s problem utan också en global oroskälla. Tillväxten och den exportfrämjande ekonomisk-politiska strategin i de asiatiska länderna har bidragit till att skapa utrymme för en ansvällning av den amerikanska bytesbalansen. De europeiska utbudsförhållandena är sådana att Europa förefaller lida mer av eurons förstärkning än vad USA led av dollarförstärkningen för några år sedan.

Då de dubbla underskotten ändå främst är USA:s problem, är en kontrollerad anpassning möjlig bara om tillväxten i den inhemska efterfrågan avtar. Det här kräver en successiv åtstramning av penningpolitiken och en successiv minskning av budgetunderskottet. Dessutom bör hushållens sparkvot småningom öka.

En utmaning för Europa är att stärka sin anpassningsförmåga. Samtidigt minskar känsligheten för växelkursfluktuationer. En anpassningsbar ekonomi kan bättre svara på förändringarna i omvärlden. Den skapar också incitament att öka produktiviteten inom alla branscher.

En snabb produktivitetstillväxt inom tjänstesektorn under de senaste tio åren är det som skiljer USA från Europa. Nu gäller det för Europa att hinna i fatt. Större konkurrens ökar automatiskt trycket på en produktivitetshöjning inom tjänstesektorn. En sådan utveckling skulle i det rådande läget också bidra till att underlätta en kontrollerad korrigerings av de globala obalanserna.

LITTERATURFÖRTECKNING

Dhyne, E., Álvarez, L. J., Le Bihan, H., Veronese, G., Dias, D., Hoffman, J., Jonker, N., Lünnemann, P., Rumler F. & Vilmunen, J. (2004): *Price setting in the euro area: Some stylised facts from Individual Consumer Price Data.* Opulicerad.

Dooley, M.P., Folkerts-Landau, D. & Garber, P. (2003): *An Essay on the Revived Bretton Woods System.* NBER Working Paper 9971.

Koivu, T. (2004): Jatkuuko Kiinan nopea kasvu? *Euro & talous* 4/2004.

Koivu, T. (2005): *The challenge of choosing an optimal exchange rate regime for China.* BOFIT Online 1/2005.

Korhonen, T. (2004): Kasvaviin velkoihin ja runsaaseen likviditeettiin liittyvät riskit. *Euro & talous* 4/2004.

Kortelainen, M. (2004): Yhdysvaltojen vaihtotaseen alijäämä. *Euro & talous* 1/2004.

Obstfeld, M. & Rogoff, K. (2004): *The unsustainable US current account position revisited.* NBER Working Paper 10869.

OECD (2004): The challenges of narrowing the US current account deficit. *OECD Economic Outlook No. 75*, Vol. 2004/1, Chapter V.

Sinkkonen, J. (2005): *Labour Productivity Growth and Industry Structure: The Impact of Industry Structure on Productivity Growth, Export Prices and Labour Compensation.* Bank of Finland Discussion Papers. Ännu ej publicerad.

Den ekonomiska utbildningen på svenska i framtiden i Finland

GUNNAR ROSENQVIST* (red.)
PROFESSOR

INTRODUKTION

Ekonomiska Samfundet arrangerade 15.11.2005 en paneldiskussion om utbildningen i ekonomi på svenska i framtiden i Finland. I panelen satt **rektor Henrik Wolff** (Arcada – Nylands svenska yrkeshögskola), **professor H.C. Blomqvist** (Svenska handelshögskolan) och **prorektor Olle Anckar** (Åbo Akademi). Ordet leddes av samfundets ordförande **Filip Frankenhaeuser**. **Gunnar Rosenqvist** var på plats som ESTs utsände rapportör.

Frågorna kring hur utbildningen, inte minst utbildningen i ekonomi, organiseras och förverkligas är viktiga även ur det ekonomiska livets synvinkel. Inte överraskande kom även nu en del av diskussionen att handla om ar-

betsfördelning och specialisering mellan de svenska utbildningsenheterna. Diskussionen aktualiserar igen en gång frågan om utbildning i ekonomi idag ges på svenska i Finland vid alltför många högskoleenheter, och ifall så är fallet hur den struktur eller process ser ut med vilken man kan ta itu med den problematiken.

Idag ges utbildning i ekonomi på svenska vid två universitet, vid fem yrkeshögskolor samt vid Högskolan på Åland. Ifall detta är för många enheter, var är man beredd att lägga ned utbildning? Var borde koncentrerings ske?

På universitetssidan ges idag utbildning i ekonomi på svenska av Svenska handelshögskolan i Helsingfors och Vasa (årlig antagning ca. 300) samt av Åbo Akademi i Åbo (årlig antagning ca. 100). På yrkeshögskolesidan är den årliga antagningen till svenskspråkig tradenombildning vid Arcada – Nylands svenska yrkeshögskola 75, vid Yrkeshögskolan Sydväst 25 i Ekenäs och 25 i Åbo, vid Helsingfors yrkeshögskola för företagsekonomi i Borgå 18, vid Vasa yrkeshögskola 60 samt vid Mellersta Österbottens yrkeshögskola 14. Vid Högskolan på Åland antas ca. 20.

När man begrundar detta bör man beakta bl.a.

- att till de svenska utbildningarna rekryteras inte enbart svenskspråkiga studerande. Andelen finskspråkiga studerande på de svenska linjerna uppgår i många fall till storleksordningen 15 procent. Det är på många sätt välgörande med finskspråkiga som på detta sätt får starka kunskaper i svenska och integreras i den svenska och tvåspråkiga kulturen. De svenska högskolorna och universitetet upprätthåller också utbildningar på engelska, även det väsentligt så länge den språkliga balansen kan bibehållas, vilket tycks vara möjligt.
- att den relativa andelen av högskoleutbildningen i ekonomi i Finland som ges på svenska har sjunkit över åren genom att utbildningen på finska har expanderat. Idag är det i Finland möjligt att på finska studera till ekonomie magister på samtliga universitetsorter, vid sammanlagt tio olika univer-

* Svenska handelshögskolan.

sitet. Antalet yrkeshögskolor som har utbildningsprogram på finska inom handel och administration är också betydande, t.ex. 23 i företagsekonomi och 21 i informationsbehandling. Allt detta svarar uppenbarligen mot ett behov från arbetsmarknaden. Det sägs att när andelen utbildningsplatser i ekonomi på svenska vid universiteten var som högst den ändå låg endast på skandinavisk nivå. Det har över åren förekommit en tendens att söka ekonomutbildning på svenska på andra sidan Bottenviken. Enligt Samordningsdelegationens strategi 2003 är andelen utbildningsplatser inom ekonomi, universiteten och yrkeshögskolorna sammantagna, i stort sett lika stort på svenskt som på finskt håll.

Ifall man ändå anser att ett rationaliseringsbehov finns på detta område på svenskt håll, hur ser då den mekanism ut med vilken problematiken kan angripas? Universiteten, och även yrkeshögskolorna förmodar jag, skall ju vara autonoma. Och det sägs att vi därtill också skall ha en svensk kulturautonomi.

Ett tack till prorektorerna Olle Anckar och (vid tiden för diskussionen inte ännu vald till prorektor) HC Blomqvist samt rektor Henrik Wolff för att de utöver att delta i paneldebatten även ställde upp på att leverera skriftliga versioner av sina inlägg.

PANELDISKUSSIONEN

Fråga 1 (ordföranden): *Vad skall en ekonomiskt bildad person kunna? Vad skall ekonomer lära sig? Vilka biämnen borde ingå i ämneskombinationen? Vilka kunskaper om det levande livet behövs? Skall det finnas krav på praktik?*

H.C. Blomqvist: Jag misstänker att de flesta här i landet är ganska eniga om vad en ekonomiskt bildad person skall kunna: Det rör sig om dels vad man kan kalla ekonomisk allmänbildning, inklusive kännedom om den allmänna ekonomiska miljön, dels om en fördjupning på något centralt, vanligen företagsekonomiskt område. Till detta kommer goda språkkunskaper. Det är ändå inte självklart att det skall vara så här. Det finns exempel ut-

omlands, t.ex. i en del anglosaxiska system, på att ekonomutbildningen också kan vara mycket snävare, så att t.ex. en redovisare läser redovisning och inte mycket mer. Detta tycks också fungera! Men om vi nu utgår från ett bredare synsätt är det en lite annan typ av fråga som aktualiseras. Man kan undra om vi inte borde lära av företagsvärden här: Även om vi strävar efter en relativt bred utbildning, måste vi nödvändigtvis ge allting själva eller kan vi eller kan man också tänka sig att använda underleverantörer? Måste vi på Hanken t.ex. satsa så mycket på juridik när vi har landets största juridiska fakultet på ett stenkasts avstånd? Då det gäller praktiken vill jag å ena sidan säga att den i och för sig är mycket viktig. Däremot tror jag inte att den nödvändigtvis behöver vara en del av kursfordringarna. Detta beror på att studerande är angelägna om att få praktik i alla händelser, inte minst för att de flesta behöver jobba tidvis för att finansiera sina studier. Om det sedan är någon som skulle välja att inte skaffa sig praktik under studietiden försvåras eventuellt inträdet i arbetslivet något, men någon avgörande sak är detta knappast.

Henrik Wolff: HC har rätt i att vi är ganska överens. Det ges nog en ganska generell utbildning också i yrkeshögskolorna. Det förs i och för sig en ständig debatt mellan å ena sidan kravet på generell kunskap och å andra sidan förväntningarna på specialisering.

För yrkeshögskolornas del är kravet på s.k. arbetsmarknadsrelevans, d.v.s. att den utbildning vi ger skall motsvara behoven i arbetslivet, uttalat. Det förekommer rent allmänt olika vulgäruppfattningar om hur högskolan skall kunna svara mot detta krav. Vi måste inom högskolan ha en betydligt längre framförhållning än den företagen har. Vårt perspektiv är betydligt längre än t.o.m. den första arbetsplatsen. Detta innebär att det är högskolan som bör lyssna på signalerna från näringslivet, men sedan göra sina egna bedömningar gällande utbildningens innehåll. Vi blir sedan ibland kritiserade för att vår utbildning inte direkt korresponderar mot företagens omedelbara behov. Det finns rätt ofta

en övertro på företagens förmåga att bedöma framtiden. Också Brunilas i övrigt förtjänstfulla globaliseringsrapport går i denna fälla när det gäller rekommendationerna för yrkeshögskolornas del.

Konklusionen blir alltså att utbildningen bör vara generell till sin natur och tillräckligt teoretisk och konceptuell för att en utexaminerad tradenom skall kunna följa med i utvecklingen.

Olle Anckar: En ekonomiskt bildad person bör ha förmåga att utöva ett kritiskt ekonomiskt tänkande och skall inneha en ekonomisk allmänbildning. Utbildningen skall vara generell, teoretisk till naturen, men också probleminriktad. Personen ifråga skall ha de metodiska redskap som förutsätts vid lösandet av skiftande ekonomiska problem.

En universell utbildning ger färdigheter av en mer långsiktig karaktär. I en dynamisk värld förändras omgivningen snabbt och nya färdigheter förutsätts av beslutsfattare. Personer med gedigna teoretiska och metodiska kunskaper kan snabbt anpassa sin verksamhet efter förändrade förhållanden. Detaljer och specialkunskap som föråldras snabbt kan en förnuftig person efterhand inhämta på sin arbetsplats.

En ekonomiskt allmänbildad person bör ha åtminstone grundstudier bakom sig i nationalekonomi och redovisning. Man bör förstå hur helheten fungerar inom vilken företagen verkar och man bör känna till och kunna använda grundläggande ekonomiska termer.

En person som studerar ekonomi borde redan under sin studietid komma i kontakt med näringslivet. Sålunda kan man i ett tidigt skede se kopplingarna mellan teori och verklighet. Det är en utmaning för lärarkåren att kunna påvisa denna koppling.

Fråga 2 (ordföranden): *Var skall man kunna få utbildning i ekonomi på svenska i Finland? På tio olika ställen som för närvarande? Med tanke på specialiseringsbehoven och den bredd vi behöver, klarar vi av den nuvarande utspridningen av utbildningen?*

Henrik Wolff: Finland är förvisso ett av världens mest högskoletöta länder, med 20 universitet, 29 yrkeshögskolor och därtill sex s.k. universitetscentra. Mitt medvetande känner endast till två länder där antalet högskolor i relation till befolkningen är större, nämligen Island och Lettland. En sanering av antalet högskolor kommer med säkerhet att bli av nöden inom de närmaste åren.

Saneringsbehovet berör nog också den svenska utbildningen. Hur det skall gå till är det säkert för tidigt att orda om men substantiella åtgärder blir nog snart aktuella.

Detta rationaliseringsbehov gäller inte minst den merkantila utbildningen. Att det ges merkantil högskoleutbildning i tio enheter är minst sagt anmärkningsvärt. De flesta enheterna är dessutom rätt små. Ett utökad samarbete och en väl genomförd arbetsfördelning behövs säkert, men frågan är nog om detta är tillräckligt. Men att effektivera på frivillig väg är nog svårt, högskolornas autonomi och demokratiska beslutsfattande ser nog till att inga snabba förändringar är i sikte.

Olle Anckar: Den högre utbildningen på det ekonomiska området är i dag uppdelad mellan universitet och yrkeshögskolor. Vad universiteten beträffar (ÅA, Åbo, SHH, Helsingfors och SHH, Vasa) ser idealmodellen ut så att en arbetsfördelning och specialisering är genomförd inom grundutbildningen (magisternivån) med målsättningen att enheterna på de tre orterna tillsammans kan erbjuda i stort sett samma bredd inom ekonomutbildningen som erbjuds på finskspråkigt håll. Denna arbetsfördelning är, åtminstone partiellt, genomförd.

Bolognasystemet syftar bl.a. till en större rörlighet för de studerande efter kandidatexamen. Ett mer specialiserat utbud bidrar till att öka den nationella rörligheten mellan enheterna (vid sidan av den internationella) bland ekonomistuderande.

H.C. Blomqvist: Det är svårt att ge goda råd här, men det är klart att tio enheter verkar ohållbart många i längden och att något slags rationalisering måste åstadkommas. Å andra sidan har jag en förståelse för att det bör finnas en regional spridning av utbildningen.

Fråga 3 (ordföranden): *Dels talar man om specialisering, dels om regionala behov. Betyder det att t.ex. nylänningar skall utbildas till marknadsförare, åbolänningar till redovisare och österbottningar till administratörer? Går det att specialisera sig i en bransch som redan i sig är ganska smal?*

H.C. Blomqvist: Det är uppenbart att en viss specialisering behövs för att motivera ett relativt stort antal utbildningsenheter. För att specialisering skall fungera krävs det dock geografisk rörlighet av studenterna.

Henrik Wolff: Även om det naturligtvis kan tyckas svårt att genomföra en specialisering är en sådan utveckling nödvändig. Det regionala behovsargumentet är ju inte alltid riktigt hållbart, eftersom mänskors beredskap att flytta från orten är större ju högre utbildningsnivå de har.

En utökad specialisering förutsätter dock ett sådant samförstånd inom svenska högskolevärden som man ibland kunde önska att kunde vara större.

Olle Anckar: Utbildningen till ekonomie kandidatnivån kan vara rätt likartad i Helsingfors, Vasa och Åbo. Därefter sker en specialisering, och de studerande erbjuds en möjlighet att byta studieplats, såväl inom landet som inom Europa.

Fråga 4 (ordföranden): *I diskussionen nämndes överenskommelser mellan Åbo Akademi och Hanken. Hur kan samarbete mellan enheterna utformas? I företagsvärlden sätter konkurrenslagstiftningen gränser för samarbete, med högskolor kan det vara annorlunda. Vilka former kan samarbete få och på vilka områden kan det förverkligas?*

H.C. Blomqvist: Det är irriterande ofta samarbete presenteras som en underkur mot alla tänkbara problem. Det är det inte – även om samarbete är viktigt. Det kan dock ta olika former. Ofta är det bästa samarbetet att komma överens om en vettig arbetsfördelning och därefter lämna varandra i fred! Man kan konstatera att själva den institutionella

ramen för samarbetet är i skick: Vi har Samordningsdelegationen för den svenskspråkiga högskoleutbildningen på den övergripande, strategiska nivån. Därutöver finns också den nygrundade Rektorsdelegationen för svenskspråkig högskoleutbildning i Helsingfors och Vasa högskolekonsortium i Vasa (som innefattar också finska enheter). När det sedan gäller substansen är situationen ganska olika beroende på vilket slag av samarbetet vi talar om. Samarbete i undervisningen kräver i praktiken en geografisk närhet. Därför är ett samarbete över hela Svenskfinland kanske en utopi. I forskningen igen är det ämnesområde och kvalitetsöverväganden som avgör. Ofta är samarbetet här internationellt, medan det specifikt finlandssvenska inte har så stort egenvärde. Överhuvudtaget är det viktigt att inse att ett fungerande samarbete kräver drivkrafter på mikronivå – annars blir det ingenting!

Henrik Wolff: Jag är överens med HC. Samarbete har blivit något av en patentrösning som man tar till för att motverka rationaliseringsstryck. Om man vill vara modern kallar man det nätverk.

Problemet med samarbetsformen är att förmågan att fatta stora beslut saknas. Det skulle behövas någon form av strukturerad samordning som möjliggör ett övergripande beslutsfattande. Jag har ingen klar lösning för hur detta skulle gå till men t.ex. Soc&koms anslutning till Helsingfors universitet visar att det finns kreativa modeller.

Olle Anckar: Samarbetet på det ekonomiska området mellan Åbo Akademi och de svenska yrkeshögskolorna har redan i många fall lett till avtal och ett gemensamt utnyttjande av resurser. Angeläget är att ett samarbete initieras i planeringsskedet, så att t.ex. studiegången och kursfordringarna kan anpassas till varandra. Sålunda kan en smidigare övergång av studerande i vardera riktningen genomföras, studieperioder kan utbytas och ersätta varandra och behovet av s.k. brostudier minimeras.

Fråga 5 (ordföranden): Hur ser ni på samarbete med näringslivet? Hur fungerar det, vilka former är önskvärda?

Henrik Wolff: Den här formen av samarbete fungerar betydligt bättre i Finland än i många andra länder. Såväl när det gäller ”konsultativa” diskussioner som sådana samarbetsprojekt där också pengar kan röra sig. Att det inte alltid är så lätt tangerade vi i början av diskussionen. Det att ”alla har en åsikt” gäller alldeles särskilt yrkeshögskolorna.

Olle Anckar: Samarbetet mellan näringslivet och universiteten sker dels på forskningens och dels på utbildningens område. Då den högre utbildningen vid universiteten skall vara forskningsbaserad är det en fördel om forskarna och lärarna har gemensamma projekt med näringslivet. Forskningen får en välbehövlig tilläggsfinansiering och universitetet upprätthåller nödvändiga kanaler till det omgivande samhället. Speciellt önskvärt vore inrättandet av deltidsproufessurer vid universiteten. En högt utbildad och aktiv företagsledare skulle t.ex. till 20 % (en dag i veckan) vara anställd av universitetet.

H.C. Blomqvist: Jag hänvisar här till det gamla talesättet: ”If it ain't broken, don't fix it.” M.a.o. ser jag samarbetet med näringslivet som gott redan nu. Däremot kan det vara ganska osynligt för den utomstående betraktaren. Man bör dock komma ihåg det ovärderliga arbete som högskolornas stiftelser respektive ägarsamfund gör i det tysta. Det är också allmänt med externa representanter i högskolornas styrelser, en modell som åtminstone i Hankens fall varit framgångsrik. Om man ser saken från den andra sidan, strävar högskolorna till att vara lyhörda för näringslivets behov vid anordnandet av fortbildning och alumniverksamhet. Däremot tror jag att näringslivets roll är mer ambivalent då det gäller att utveckla grundutbildningen. Man bör minnas att de ekonomer som utbildas i dag kommer att jobba ännu på 2030-talet. Det är mycket svårt för företagen, som har mer än nog med att lösa dagsaktuella problem, att bedöma vilken utbildning som är relevant i ett så lång tidsperspektiv. Där har högskolor och

universitet ett ansvar att, så gott det låter sig göras, beakta även det långa perspektivet.

Fråga 6 (ordföranden): På vilket språk skall utbildningen ges vid de svenska enheterna? Hur mycket inslag kan tillåtas av övriga språk, engelska och finska?

H.C. Blomqvist: Detta är en mycket komplicerad fråga, så komplicerad att t.ex. Hanken har gått in för att uppgöra ett språkpolitiskt program. För det första bör man minnas att svenskan ger de svenskspråkiga enheterna deras existensberättigande. Frågar man svenskan blir argumenten att bevara de svenska högskolorna självständiga mycket svagare. Dessutom är det en uppenbar risk att utbildningens nivå sjunker ifall den både ges och tas emot av personer med ofullständiga kunskaper i undervisningsspråket. Därtill är det viktigt att lära ut terminologi och fackspråk på modersmålet. Trots detta är det viktigt att undervisning också ges på främmande språk, i praktiken engelska. Orsaken är förstas internationaliseringen, som tar sig uttryck i studentutbyte och användningen av utländska lärarkrafter. För att säkra kvaliteten i utbildningen måste man också kunna tänka sig att anställa utlänningar som inte nödvändigtvis kan svenska. Detta är i och för sig problematiskt, eftersom sådana personer har svårt att åta sig andra uppgifter än undervisning och forskning. Frågan är om man inte måste, som t.ex. i Holland, förutsätta att utländska anställda lär sig svenska inom en viss tid.

Henrik Wolff: Jag instämmer i HCs problematisering. Vi har i Finland en underlig uppfattning att utlänningar inte skulle kunna lära sig våra språk. Inom Arcada försöker vi gå en balansgång. Vi är uttalat och specifikt en svensk högskola, trots detta har vi vissa utbildningar som ges uteslutande på engelska. Vi tycker nog att vi har klarat den balansgången rätt väl.

Olle Anckar: Vid Åbo Akademi ges all utbildning till kandidatnivå på svenska, och nästan all utbildning också på magisternivå. Några med andra universitet gemensamma program

innehåller större inslag av undervisning på engelska. Forskarutbildningen ges i regel på engelska.

För utländska utbytesstuderande ges ett stort antal kurser på engelska, och dessa kurser är också öppna för inhemska studerande. Dessa kurser är dock valbara, och svenskspråkiga alternativ finns.

För ögonblicket finns det på det ekonomiska området två engelskspråkiga magisterprogram. Dessa är i första hand avsedda för utländska studerande.

Åbo Akademi har ett ansvar för att det svenska språket bevaras som ett vetenskapligt språk i Finland.

Fråga från publiken (Torsten Almquist): *Angående utbildningens innehåll: Politologins ställning är viktig, därför att kännedom om politiska situationer i olika länder hjälper presumtiva låntagare att realistiskt bedöma valutakursrisker vid upptagande av krediter i utländsk valuta.*

H.C. Blomqvist: Det är helt riktigt. Jag återknyter här till mitt tidigare inlägg om att man också borde kunna använda "underleverantörer" vid uppläggnings av utbildningen. I Hanken ger vi visserligen också en del undervisning i politologi.

Olle Anckar: Politologins roll inom ekonomutbildningen är ett exempel på hur en arbetsfördelning mellan enheterna kan skapa specialiteter som intresserade studerande kan söka sig till.

Fråga från publiken (Reginald Jägerhorn): *Mycket av debatten och argumentationen känns igen från 70-talet. Förmågan att lära sig inhämta nya kunskaper är viktig. För en redovisare är juridik och statistik viktiga stödämnen, som med fördel kunde direkt integreras i redovisningsundervisningen såsom fallet är på sina håll i USA. En gedigen utbildning i nationalekonomi är också viktig. Till sist en fråga: Varför misslyckas högskolorna med att få de utexaminerade att starta egna företag?*

Henrik Wolff: Det är ju kanske lite deprime-
rande om debatten inte har förändrats sen
70-talet. Utmaningarna är dock idag andra.
När det gäller att starta egna företag görs det
en hel del. Och en viss utveckling har också
skett. Inom yrkeshögskolorna lär dock just
tradenomerna vara de minst företagsamma.
Detta kan ju bero på att utbildningen kan va-
ra kontraproduktiv när det gäller att skapa
företagsamhet. Ju mer utbildning desto mer
inses riskerna. Det finns också en övertro på
utbildningens förmåga att ändra en individs
grundinställning vad gäller entreprenörskap.

Olle Anckar: Forskarna och professorerna i
de ekonomiska vetenskaperna kunde gärna
ha en starkare anknytning till näringslivet.
Tyvärr leder goda kontakter ofta till att nä-
ringslivet med sina annorlunda ekonomiska
villkor köper upp forskare, som kan utnyttja
sina teoretiska kunskaper i praktiken.

Utbildningen av ekonomer har traditio-
nellt inriktats på verksamhet inom större
företag, som behöver specialiserade ledare på
olika nivåer. En framgångsrik företagare bör
framför allt ha en långvarig erfarenhet av sin
speciella bransch. Utbildning räcker sällan
som sådan till om man är ensam eller nästan
ensam i sitt företag vid starten. En nyplane-
ring av studierna är dock på gång, och vid Åbo
Akademi startar en specialinriktad utbildning
i företagsamhet inom en nära framtid.

H.C. Blomqvist: Jag kan hålla med om det
mesta av vad Reginald Jägerhorn just sade.
Beträffande ekonomernas intresse att starta
egna företag kan man väl tillägga dels att
detta inte enbart beror på utbildningen, dels
att ett högt antal företagare inte nödvändigt-
vis alltid är något positivt. I länder med en
svag sysselsättningssituation finns det ofta
många företagare: Det är helt enkelt ofta det
enda sättet att få en utkomst! Inte desto min-
dre är frågeställningen om inställningen till
entreprenörskap viktig och högskolorna har
skäl att fråga sig om det är något de kunde gö-
ra för att befrämja intresset för företagande
bland sina studerande.

Klas Fregert och Lars Jonung:

MAKROEKONOMI. Teori, politik & institutioner

Studentlitteratur, 2003.
ISBN 91-44-00868-6.

Makroekonomins grunder – på svenska

Läroböcker i nationalekonomi är sedan decennier tillbaka skrivna på engelska, oftast i USA. Exempelen är fiktiva eller applicerade på den amerikanska ekonomin. Böckerna är pedagogiskt enkla och rikligt försedda med diagram i färgtryck och dessutom ibland skrivna av världsberömda forskare. Tillägger man att de är billiga och att studenter ändå måste lära sig ämnet på engelska förstår man de amerikanska böckernas dominans.

Men vad förlorar man genom denna internationalisering? Jo, kontakten med närshället, vars problem dock med stor sannolikhet kommer att ligga studenterna närmast i deras kommande verksamhet. Man lär sig inte känna det egna landets ekonomiska historia, ja man kanske inte ens kan föra en konversation på modersmålet om nationalekonomiska ämnen!

Det får därför betraktas som ett samhällsnyttigt företag att bryta mot denna dominans och skriva en bok på svenska, som presenterar den moderna makroekonomiska teorins grunder. Dessa illustreras därefter, inte en-

bart med fina diagram, utan också med hjälp av exempel från Sveriges historia och ekonomiska politik.

Det får genast sägas att boken är flyhänt skriven, med lättlästa, korta kapitel av ungefär 1–2 föreläsningars längd. Författarna, Klas Fregert och Lars Jonung är mycket väl insatta i ämnet. Fregert är lektor vid Lunds universitet, specialiserad på finanspolitik och ekonomisk historia. Jonung är numera stationerad vid EU-kommissionen i Bryssel, men har en bakgrund som professor i nationalekonomi vid Handelshögskolan i Stockholm. Dessutom som sekreterare Carl Bildts ekonomiska rådgivare under den borgerliga regering i början av 90-talet. Detta kan tänkas förbrylla en del läsare, som torde uppleva bokens fokus på keynesiansk stabiliseringspolitik snarast som socialdemokratisk doktrin.

Greppet är jordnära och innehåller sånt som man sällan finner i läroböcker, t.ex. ett helt kapitel om konjunkturprognoser, vem som gör dem i Sverige och hur de görs. Dessutom en fokusering på stabiliseringspolitikens mål, möjligheter och resultat under olika monetära system. Boken färgas av att den kom ut år 2003, mitt under debatten om Sverige skulle gå med i EMU eller ej. Den strävar alltså till att vara något mer än en teoretisk beskrivning av de modeller och teorier nationalekonomin är uppbyggd på. Samtidigt gör dock nulägesförankringen att boken snabbt blir överspelad av utvecklingen, något som förstås kan korrigeras i en ny upplaga, som väntas i augusti 2005. Jonungs ovan nämnda nära bekantskap med den politiska beslutsprocessen på 90-talet har resulterat i den bästa analysen av den svenska (och delvis även finländska) 90-talskrisen jag läst!

Efter en allmän inledning följer redan som kapitel 3 och 4 en genomgång av Nationalräkenskaperna, respektive Finansräkenskaperna, ämnen som numera ofta nästan glöms bort i undervisningen. Men här omnämns t.o.m. gröna satelliträkenskaper, som FN nyligen gett ut en manual om och på vars utformning Sverige haft stort inflytande.

Vi har nu haft Nationalräkenskaper i 50 år, men så när som på den årliga BNP-ökningen

verkar intresset för dem att ha minskat oavbrutet. Gav man t.ex. någonstans i världen ut ett frimärke: "50 år av globala Nationalräkenskaper"? Tyvärr nämner inte ens dessa författare upphovsmannens, Sir Richard Stones namn (Nobelpriset 1984). Men boken är i övrigt glädjande väl förankrad i den officiella statistiken, som i Sverige är speciellt välkommande för studenter och analytiker genom att all central statistik enkelt kan laddas ner gratis från www.scb.se (jfr. Statistikcentralens hemsida www.stat.fi!).

Det att man redan i början presenterar National- och Finansräkenskaperna parallellt visar sig vara ett genomgående och, får det tilläggas, sympatiskt drag i boken. Man får en utmärkt struktur i berättelsen och lär läsaren hur nära sambandet är mellan den reala och den finansiella sfären, inte minst med tanke på finansiella kriser, något som ägnas stor uppmärksamhet i boken. Det historiska djupperspektivet startar i den holländska tulpankrisen på 1600-talet!

Det skulle kräva mer utrymme att säga något om alla 27 kapitel. Vi får här nöja oss med de huvudsakliga temata: *ekonomisk politik* på kort och lång sikt, *ekonomisk tillväxt*, *arbetsmarknad* samt *penningspolitik* och finansiella kriser. En presentation av en svensk nationalekonom finns insprängd i texten här och där, vilket dels piggar upp framställningen, dels får läsaren att förstå hur stora dessa män var som verkade i ett så litet land.

Texten om den ekonomiska politiken handlar mest om stabilisering och skildrar närmast tiden de tre-fyra första decennierna efter andra världskriget. Sverige var ju tidigt ute med att anamma Keynes' budskap om efterfrågestimulans. Gunnar Myrdal och Bertil Ohlin hade i stort sett samma budskap, men eftersom de skrev på svenska fick det inte samma genomslag ens i hemlandet som Keynes fick. När det gäller kortsikts-politiken omnämns t.o.m. Konjunkturinstitutets Vändpunktsindikator (se www.konj.se), som jag var med om att konstruera. Den anger sannolikheten för en vändpunkt i konjunkturen och används nu även av Finlands Näringsliv (Elin-

keinoelämän Keskusliitto). De ledande indikatorerna som förutsäger Tillverkningsindustrins utveckling nämns dock inte (www.scb.se).

Vad bra att man också talar om ekonomiska prognoser mer allmänt och hur deras träffsäkerhet undersöks, t.ex. Henri Theils klassiska jämförelse med naiv prognos. Det så populära produktionsgapet får också en god, om ock kritiklös beskrivning. Det påstås att både statistiken och prognoserna blivit bättre. Efter åtskilliga undersökningar av dessa påståenden kan jag tyvärr inte förbehållslöst hålla med författarna.

Konjunkturcyklerna får en rätt uttömmande beskrivning, som man emellertid inte kan undgå att finna något gammaldags. Att utgå från att trenden skulle vara log-linjär och konjunkturen en sinus-svängning runt denna är nog inte av senaste märke. Redan Moore och Mitchell talade på 1940-talet om svängningar som var ett upp-och-nedvänt U, följt av ett V, alltså icke-harmoniska. Trenden har sedan Nelsons och Plossers berömda artikel från 1982 betraktats som stokastisk, dvs. en slumpvandring med viss trögrörlighet (autokorrelation), inte som en deterministisk rät linje.

Det kanske mest minnesvärda i dessa avsnitt är följande enkla och kanske rentav lite för enkla slutsats:

Finanspolitiken är effektiv under fast, men inte under rörlig växelkurs, medan penningpolitiken är effektiv under rörlig, men inte under fast växelkurs.

Författarna kommer in på politiska cykler, då regeringen försökt påverka konjunkturförloppet inför ett val, väl medvetna om att röstarna lätt faller regeringar under lågkonjunktur. Det senare påståendet finner stöd, medan det inte går att visa att Sveriges konjunktur kunnat påverkas, vilket förstås inte utesluter att man försökt. Nordhaus berömda artikel från 1975, där han just kommer fram till detta resultat, omnämns dock inte, ej heller en jämförande studie av Sverige och Finland som jag publicerade i denna tidskrift 1987:1 och senare i något utbyggd form i *Konjunkturläget*, maj 1991. Jag påvisar där

att man tidvis i Sverige fört en keynesiansk stabiliseringspolitik, men inte i Finland, där man haft en tendens att göra budgeten expansiv inför valår.

Boken presenterar Robert Solows neoklassiska AK-modell, enligt vilken tillväxten upphörde ifall inte teknologin (A) förbättrade kapitalinsatsen. Det är glädjande att beskrivningen inte stannar där, utan att man även fått med Paul Romers endogena tillväxtmodell. Man hade här gärna sett en hänvisning till föregångaren Schumpeter, som bara nämns i förbifarten och i ett helt annat sammanhang. Kanske något förvånande, eftersom Jonungs kollega på Handelshögskolan, Erik Dahmén räknas som Sveriges kändaste schumpeterian, vilket även märks i de två böcker om Finlands ekonomi han utarbetade på Finlands Banks uppdrag på 1960-, respektive 1980-talen. Det hade suttit bra med litet "kreativ förstörelse" à la Schumpeter också i avsnitten om "stabilisering", som motvikt till det keynesianska greppet.

Kapitlet om arbetslöshet och arbetsmarknad är det kortaste, vilket återigen förvånar. Jag föreställer mig att fyra av fem ekonomer, åtminstone i Jonungs generation specialiserade sig på *labor economics*. Här finns några intressanta beskrivningar av Beveridgekurvan i teori och praktik, men man får vänta på kritiken till långt senare i boken. T.ex. det att man i Sverige beräknar den öppna arbetslösheten på ett från allmän praxis avvikande sätt och därmed kan rapportera siffror som ligger betydligt under dem man registrerar t.ex. i Finland. Enligt klassisk socialdemokratisk modell utför staten en omfattande utbildningsverksamhet av arbetslösa, som då de omskolas inte registreras som arbetslösa. Upprepade studier har ifrågasatt effekten av denna utbildning.

Man förklarar bra den vedertagna, men ack så lösa, uppdelningen i konjunkturell och strukturell arbetslöshet och beskriver de arbetslösa som resenärer som väntar i en vänthall på att det tåg skall komma som de kan åka med. Däremot nämns aldrig det mycket centrala begreppet "reservationslön". Man talar istället om "ersättningsgraden" och hänvisar

till en undersökning som rapporterar att endast 60 % av de arbetslösa skulle få mer än 10 % högre disponibel inkomst om de fick anställning.

Den måhända internationellt mest kände nulevande svenske nationalekonomen, Assar Lindbäck passar bra in i bokens beskrivning av arbetsmarknaden. Han blev ju berömd för sin teori om "insiders-outsiders". Han visade att de som fått en fast anställning (insiders) med hjälp av facket tillskansar sig fördelar som blir så dyra för arbetsgivaren att denne får svårt att anställa arbetssökande, ofta unga (outsiders). Genom nära kontakt till regeringsmakten kan lagar om minimilön, "sist in först ut" och rundliga bidrag ytterligare höja tröskeln. Arbetsmarknaden är som vilken annan marknad som helst: högre kostnader för tågen ger glesare tidtabell och fler i vänthallen.

Så kommer vi då slutligen till penningpolitiken. Där hittar man en lysande beskrivning av hur olika penningpolitiska system fungerar och fungerat, mest i Sverige, som faktiskt var först i världen att införa pappersmyntfot 1743–1776. Den ledde till slut till inflation. Uppsalaprofessorn Pehr Niclas Christiernin gav den helt rätta diagnosen att Riksbanken borde minska långivningen, medan hattarna trodde att inflationen berodde på underskott i handelsbalansen och mössorna hävdade att felet låg hos giriga handelsmän! Gustav Cassel (1866–1945) skulle senare lansera köpkraftspariteten (PPP) och på hans inrådan blev Sverige det första landet i världen som ställde fast penningvärde som Riksbankens främsta mål då man övergav guldmyntfoten år 1931. Då hade man hunnit med många slag av regimer, bl.a. en penningunion med Danmark och Norge 1871–1914.

Mycket utrymme tilldelas valet mellan egen valuta och övergång till euro, ett tema som väl får ses som för länge sedan överspelat i Finland, men som har en viss aktualitet i Sverige, även efter folkomröstningen. Här får läsaren en överblick av den diskussion som ute i världen resulterade i studier kring begreppet asymmetri. Man menar att länder med olika ekonomisk struktur drabbas olika

av yttre chocker och att om man avhändert sig räntevapnet skulle det bli svårt att mildra effekterna. Detta var en mycket akademisk diskussion som i Sverige kulminerade i den s.k. Calmfors-rapporten, som med hjälp av gammal teori och dito data kom fram till att man skulle "vänta och se", något som författarna med rätta påpekar var mot Maastricht-fördraget och var föga väl underbyggt, men som en villrådig regering ställde sig bakom. Ack, om bara Cassel hade levat! I en senare upplaga av boken hoppas man få en beskrivning av vad som hände sedan. EMU:s motståndare och sympatisörer utmålade i stort sett lika fasansfulla scenarier för framtiden om man införde, respektive inte införde euron. Ser man på hur det gått för Sverige och Finland de senaste åren är det svårt att hitta några katastrofer som kunde skyllas på kronan, respektive euron.

Boken innehåller också en del statistisk/ekonometrisk teknik. Här skulle man verkligen ha önskat att en professionell statistiker fått gå igenom texten. Jag nämnde redan de deterministiska trenderna som man inte borde lära ut. Man slarvar också med estimeringsbegreppen. Ekvationer med estimerade regressionskoefficienter skrives i deterministisk form, man talar om "mätning och uppskattning" när man avser skattning/esti-

mering, "förklaringsgraden R^2 " kallas korrelationskoefficienten och en differens kallas "absolut förändring". Jag fann dessutom 23 tryckfel eller liknande, som säkert kommer att rättas i en senare upplaga.

Men trots all denna kritik var boken en mycket stimulerande läsning. Man skulle ha haft en sådan lärobok då man själv inledde studierna! Med de reservationer jag framfört kan jag varmt rekommendera att boken läggs i kursfordringarna även i Finland. Sveriges och Finlands ekonomier påminner ju mycket om varandra, som det också påpekas i boken. Dessutom är de historiska återblickarna gemensamma under 1600- och 1700-talen. Man kunde lägga till ett kapitel om utrikeshandeln och få med Heckscher-Ohlins berömda sats och kanske kunde man då också kila in Anders Chydenius' bidrag. Ja, varför inte en parallellupplaga på finska med speciella återblickar på Finlands ekonomi och dess historia. Jag tror boken kommer att bli en stor framgång i Sverige och kunde kanske också bli det i Finland.

LARS-ERIK ÖLLER
Statistiska centralbyrån,
Stockholms Universitet,
Stockholm, Sverige

Peter Fredholm:

99 KONCEPT

– för dig som vill använda IT för verksamhets- och affärsutveckling

Studentlitteratur, 2004.

ISBN 91-44-03542-X

IT koncept för nybörjaren

En första titt på boken klassar den som en hybrid mellan en IT-ordbok och en encyklopedi över IT-koncept och teknologier. Efter närmare genomläsning kommer det fram, att boken egentligen är exakt det som den heter – en samling av valda koncept för den som vill veta mera om att använda informationsteknologi i verksamhets- och affärsutveckling.

Substansen i boken består i att klargöra olika koncept inom IT och den är delad i tre delar för varje koncept. Först kommer en kort förklaring och ”definition” av konceptet, oftast med exempel. Definitionen och förklaringen hjälper läsaren att forma en bild av vad som egentligen finns gömt bakom de olika termerna. För varje term går boken genom en kort lista på vissa möjligheter som konceptet, eller egentligen de teknologier och idéer som finns bakom konceptet, kan ge ett företag i att utveckla eller förbättra sin verksamhet. Den tredje delen för varje koncept är en lista på saker som läsaren ”kanske borde tänka på” tillsammans med konceptet i fråga.

Vem behöver boken? Hur skall man läsa

den? Jag kom fram till att boken mycket väl kan användas för att stöda undervisningen. Till exempel, på en kurs som behandlar användning av IT i affärsutveckling, kan de termer som läraren kommer att använda under följande undervisningsgång poängteras i förväg och läsas från boken. En kurs som ger en större bild av IT-användningen som en helhet kan dra maximal nytta av boken. Boken har många element som en bra lärobok måste ha, såsom bra språk och tydlig struktur. Vad boken dock inte erbjuder är en lättförståelig helhetssyn på hur IT används i affärsutveckling – den synen måste komma från undervisningen eller från andra källor.

Ett problem som är förknippat med informationsteknologi är att nästan all terminologi är på engelska och att det inte finns allmänt kända motsvarigheter på svenska. Detta fenomen karakteriseras av många som negativt, men engelskan har en dominerande position inom det tekniska idag, och det är omöjligt att i en enskild bok börja kämpa mot detta. Ofta då man läser texter på svenska om IT, där författarna envist har använt endast svenska IT termer, kan man lätt bli irriterad, eftersom saker och ting ”inte bara heter så” i verkligheten. Peter Fredholm har lyckats använda de svenska motsvarigheterna tillsammans med de originella engelska termerna på ett sätt som inte är irriterande; detta är viktigt då man tänker på bokens lämplighet för t.ex. studerande och dem som inte alls känner till terminologin.

Om man försöker läsa boken ”från början till slut” är läsbarheten inte den bästa möjliga eftersom det inte finns någon klar kontinuitet från ett koncept till ett annat; koncepten i boken är grupperade i alfabetisk ordning. En klar gruppering av olika teknologier, eller koncept, skulle ha medfört mervärde för den som är ovan vid de olika teknologierna och speciellt på hur de hör ihop eller är beroende av varandra. Boken lämpar sig inte för en som vill förstå större helheter inom IT. Som en lista över IT terminologi är boken inte heller fullständig; från Internet hittar man mera omfattande listor, också på svenska, men speciellt på engelska.

Boken är bra för den som stött på ett koncept som är oklart och snabbt behöver hitta en kort beskrivning av konceptet. Det som skiljer boken från många tidigare verk är att Peter Fredholm är realistisk i det som han skriver om; överdriven entusiasm som ofta finns omkring IT och olika sätt att använda IT finns inte med i boken. Fast boken tar en positiv ställning till IT som en möjlighet för att förbättra och utveckla verksamheten inom olika organisationer, är den ingen eloge till IT, utan snarare innehåller den många genomtänkta funderingar som är realistiska och därför användbara också i verkligheten.

Boken är mest användbar för att stöda undervisning som använder sig av IT-terminologi och för övriga läsare som i korta bitar vill vänja sig vid olika koncept inom IT. Den realistiska inställning som boken har till informationsteknologi är mycket positiv efter all den överentusiasm som förekommit. Boken har många goda idéer, men lider av att den är skriven som en lista av termer i alfabetisk ordning, vilket leder till att helhetsbilden inte kommer fram.

MIKAEL COLLAN

*forskare vid Institute for Advanced
Management Systems Research
(IAMSIR) vid Åbo Akademi.*

Jan Kellgren:

REDOVISNING OCH BESKATTNING – om redovisningens betydelse för inkomstbeskattningen

Studentlitteratur, 2004.

ISBN 91-44-03329-X

Företagens inkomstskattning

Jag är av samma åsikt som författaren när han i förordet konstaterar att behovet av en bok som belyser sambandet mellan redovisning och beskattning är stort. Författaren har dock åtagit sig en mycket utmanande uppgift när han önskar belysa ett komplicerat område ur två olika synvinklar. Boken är skatterättsligt orienterad vilket märks bland annat i definitionerna av begrepp. Som redovisare skulle man i många fall ha definierat begreppen på ett annat sätt samt i vissa fall givit en mera noggrann beskrivning av bakgrunden. Författaren har heller inte som mål att beskriva externredovisningens teorier eller metoder.

Författaren har som mål att visa den principiella strukturen i sambandet mellan redovisning och beskattning och det lyckas han med.

Författaren hoppas att boken skall kunna användas både för praktiska och teoretiska ändamål och "av såväl studenter som yrkesverksamma". Den är avsedd för skatterättsstudenter med vissa grundläggande studier bakom sig. Författaren nämner dock även att

boken samtidigt är skriven för grundkurser. Den bör enligt författaren kompletteras med undervisning, speciellt inom redovisningsområdet. Författaren konstaterar också att det är en svår balansgång att skriva en bok för undervisningsändamål: boken borde vara lätt förståelig och läsbar men samtidigt inte för enkla sanningen. De många hänvisningarna (bl a till en kommande doktorsavhandling) grundar sig säkert på denna balansgång. Personligen tror jag att boken utan stödjande föreläsningar kan vara svårläst för yrkesverksamma. I bokens första del känns den praktiska förankringen ibland långt borta medan den däremot på ett tydligt sätt framkommer i kapitel med titeln "Några exempel". Om begreppen hade definierats tydligare skulle säkert boken ha fått en bredare läsarkrets. Till exempel hänvisas till korrigeringsregeln men regeln beskrivs aldrig. Om det är meningen att läsaren skall ha viss kännedom om vissa lagar som grund kunde det gärna ha nämnts i inledningen.

Bokens struktur är pedagogisk och helhetsbilden av de skatterättsliga grundfrågorna förstärks genom en tabell som finns som referensram genom hela boken.

Boken är skriven för rikssvenska förhållanden och det är svårt att avgöra dess användbarhet i Finland eftersom det finns fundamentala skillnader i synsätt. Som exempel kan nämnas att avskrivning av anläggningstillgångar i Sverige uppfattas som värdeminskning medan det inte gör det i Finland. Begreppen inkomst och utgift definieras inte heller som förmögenhetsökning och förmögenhetsminskning i Finland. Att i Finland anse löner som en del av anskaffningskostnaden för att bygga upp ett lager är förknippat med en hel del förpliktelser och kan utnyttjas enbart i vissa sammanhang. I Sverige tycks det vara mer allmänt. Begreppet anskaffningsutgift, som i Finland har stor betydelse, definieras inte heller i boken. I Finland används heller inte uttryck som "(lager)varan kostnadsförs genom avskrivning" utan avskrivningsbegreppet används enbart i samband med anläggningstillgångar.

Begreppet kostnad är definierat men exemplifieras med avskrivning. Begreppet kunde ha presenterats på ett mer konkret och lättförståeligt sätt. För att en läsare bör uppfatta avskrivning som en kostnad krävs en insyn i redovisning.

I samband med värdering av anläggningstillgångar nämns begreppet historisk kostnad. Begreppet har en redovisningsteoretisk bakgrund, vilken gärna kunde ha diskuterats eftersom denna har stor betydelse för värderingen av tillgångar i balansräkningen. För-siktighetsprincipen är en annan princip vilken gärna kunde ha diskuterats i större utsträckning.

Begreppet god redovisningssed diskuteras i hela kapitel tre och det kan konstateras att om man utgått ifrån ett redovisningsperspektiv skulle begreppet ha framställts på ett annat sätt. Även begreppet externredovisning skulle ha ur en redovisningssynvinkel ha definierats annorlunda. I kapitel 4, där redovisningen jämförs med beskattningens grundfrågor, återkommer man indirekt till frågan om god redovisningssed. Bl a diskuteras åtgärder om "företag skulle ha förbisett att bokföra en intäkt eller kostnad" eller om "räkenskaperna inte överensstämmer med god redovisningssed" vilka känns som situationer omöjliga att acceptera för en redovisare just med hänvisning till god redovisningssed.

I kapitel 4.5 och 4.6 diskuteras frågan om rätt skattesubjekt ur redovisningssynvinkel. Här konstateras att frågan i princip inte behöver besvaras i räkenskaperna. Här är jag av annan åsikt än författaren eftersom principen

om redovisningsenhet kan vara rätt komplicerad i fråga om små enmansbolag. I bokföringen får finnas enbart kostnader och intäkter som hör ihop med affärsverksamheten och gränsdragningen för detta är inte alltid så lätt för små företag.

Kapitel 7 med några praktiska exempel belyser och sammanfattar boken på ett tydligt och bra sätt. Leasingexemplet berör ett i praktiken också komplicerat avgörande där företag måste överväga fördelar och nackdelar med detta sätt att utlokalisera en del av verksamheten. Hyror är också avdragbara kostnader så företagen måste överväga vad som är mer förmånligt för just det företaget vid den tidpunkten, anskaffningsutgift och avskrivningar samt eventuella reparationskostnader eller hyreskostnader.

Den nuvarande kopplingen mellan bokslut och beskattning har på ett förtjänstfullt sätt belysts i boken. Författaren konstaterar att det finns många öppna frågor om hur denna koppling kommer att se ut i framtiden. Dagen situation är verkligen komplicerad med börsbolag som gör IAS/IFRS bokslut och de mindre bolagen som gör bokslut enligt EU direktiv och nationella bokföringsreglementen. Frågan om koppling bokslut – beskattning är högaktuell!

KAROLINA SÖDERLUND

*Lektor i redovisning
vid Yrkeshögskolan Sydväst
Doktorand vid Åbo Akademi*

Ekonomiska Samfundet i Finland utlyser en tävling gällande föredragsinitiativ

För att stimulera intresset för popularisering av högklassig ekonomisk analys utlyser Ekonomiska Samfundet i Finland en tävling. Avsikten är att tävlingen skall utmynna i ett nyskapande föredrag kring något aktuellt ekonomiskt problem. Tävlingsbidragen skall utgöras av förslag till ett föredrag på ca. 40 min, avsett att hållas vid Samfundets månadsmöte i november 2005.

Bidraget skall:

- ▶ utnyttja ekonomisk forskning till att belysa ett aktuellt ekonomiskt problem,
- ▶ vara svenskspråkigt och
- ▶ av icke teknisk karaktär så att innehållet kan förväntas vara begripligt för intresserade lekmän,
- ▶ presenteras skriftligt i samband med anmälan till tävlingen på högst en sida normal storleks text*,
- ▶ åtföljas av en kort CV för den/de som skall hålla föredraget,
- ▶ inlämnas per e-post senast den 12.9.2005 till Nikolas Rokkanen (nikolas.rokkanen@hanken.fi)

Vänligen notera att förslag till föredrag som redan hållits i något annat sammanhang inte kommer att beaktas.

Bidragen bedöms av styrelsen för Ekonomiska Samfundet på basen av det skriftliga förslaget samt intervjuer med framställarna av de förslag som styrelsen finner intressantast. Det vinnande föredraget hålls på Samfundets medlemsmöte i november varvid även priset utdelas. Det vinnande föredraget publiceras i Ekonomiska Samfundets Tidskrift.¹

Prissumman för det vinnande förslaget uppgår till 4000 €.

- * Den skriftliga planen för föredraget skall åtminstone innehålla:
- föredragets rubrik,
 - kort beskrivning av det problem som behandlas,
 - de tre viktigaste arbeten som framställningen bygger på,
 - kort beskrivning av planerad uppläggning, samt
 - hjälpmedel avsedda att utnyttjas vid framförandet.

¹ Samfundets styrelse förbehåller sig rätten att inte dela ut priset i fall inget av bidragen, mot förmodan, kan anses uppfylla de kvalitetskrav styrelsen ställt.

CONTENTS IN BRIEF

PETER MILDÉN (ARCADA)

CARL-JOHAN ROSENBRÖLJER (ARCADA)

The Grocery Trade in Finland – from an industrial production focus to an IT and chain driven distribution focus 67

The grocery trade in Finland might give a picture of being rather stable and static. However, based on societal drivers there has been significant changes both within and between the grocery chains during the last decades. The purpose of this article is to present and discuss these societal drivers and the adaptations made by the grocery trade. The grocery trade has developed as a result of changes in the society, i.e. because of political, economical and technological changes. It has changed from a production oriented and often ideologically driven operation to an IT and chain driven business operation. The article highlights among other issues the grocery chains successes and difficulties in adapting to changes in the society.

ÅKE FINNE (Swedish school of economics and business administration)

Sometime Silence is Gold..... 83

The paper describes a new perspective on marketing communication, where the focus on the customer is central. The paper is critical to earlier research in communication. As an alternative it presents two central models – a relationship communication arena and a dynamic communication model – and several new conceptual concepts. The idea of silent communication is discussed, which includes sub concepts such as deaf, mute and tacit (passive) communication. These concepts represents phenomenon that has not been described before in marketing communication literature. Using these phenomenon a company can create better communication – relationship communication – together with its customers and economize in the communication costs.

Direktiv till skribenter i Ekonomiska Samfundets Tidskrift

Artikelbidrag och recensioner till Ekonomiska Samfundets Tidskrift sänds per e-post till huvudredaktörerna. Artiklarna skall vara högst 20 maskinskrivna sidor med radavstånd 2. Till artiklarna skall bifogas ett svenskspråkigt sammandrag samt ett engelskspråkigt "abstract". Dessa skall vara högst 100 ord.

Inlämnade artiklar behandlas av redaktionsrådet. Eventuella ändringar görs av skribenterna i samråd med redaktionen. Den reviderade versionen sänds till redaktionen per e-post samt vid behov även på diskett.

Överst skall skrivas författarens titel och namn. Namnet skrivs med versaler. Därefter kommer huvudrubriken. Huvudrubriken skall skrivas med versaler och med fet stil. Eventuella mellanrubriker skrivs med små bokstäver och *kursiveras*. Vid förkortningar används punkt. Sidnumrering skall *inte* förekomma i texten. Tabeller betecknas med *Tabell XX*, figurer *Figur XX*. Litteraturförteckningen skall uppgöras enligt modellen nedan. Fotnoter görs nere på sidan. Observera kursivering etc.

Figurer kan placeras inne i texten som skrivs i överenskommet program eller också skilt i ett separat dokument. Indikera dock i så fall ungefär var i texten figuren skall placeras.

Ekonomiska Samfundets tidskrift utkommer med tre nummer per år, i mars, juli och november. Material bör inlämnas i god tid och senast fyra månader i förväg.

Bifoga namn, adress och telefonnummer samt en kort författarpresentation där t.ex. forskningsinriktning och institution framgår.

Särtryck på artikeln fås avgiftsfritt i 20 exemplar.

Modell för litteraturförteckning och referenser

Referenser i texten görs enligt modell Smith (1776) eller (Smith, 1776) beroende på sammanhanget.

Litteraturförteckningen görs enligt följande:

Böcker:

Kiefer, N. M. & Neumann, G. R. (1989):

Search Models and Applied Labor Economics. Cambridge University Press, Cambridge.

Galai, D. (1983): A Survey of Empirical Tests of Option Pricing Models, i *Option Pricing*, Brenner, M. (ed). Lexington Books, Massachusetts.

STK-SAK (1988): *Näin on käytyt.*

Työmarkkinoiden ja taloudellinen kehitys Suomessa 1900-luvulla. STK ja SAK.

Artiklar:

Topel, R. & Welch, F. (1980): Unemployment Insurance: Survey and Extensions. *Economica* 47, s. 351–379.