The Journal of the Economic Society of Finland

EKONOMISKA SAMFUNDETS TIDSKRIFT

INNEHÅLL

Åke Finne:
Relationskommunikation – vad är det?

Johan Lönnroth:
Göteborgsskolan – praktisk, friakademisk, historisk, folkbildande, social.

Kari Nars:
Den moderna lyckoforskningen och pengarna

1

2007 Årgång 60 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.

Styrelse 2006
Styrelsemedlemmar: överlärare Carl-Johan Rosenbröijer (ordförande), verkställande direktör Satu Huber (vice ordförande), forskningsdirektör Rita Asplund, bergsråd Tor Bergman, forskardoktor Edvard Johansson, styrelseordförande Kim Lindström, professor Leif Nordberg, kansler em Bertil Roslin, avdelningschef Kjell Peter Söderlund, direktör Henrik Winberg.

Sekreterare: ekonomie magister Jutta Heino
Helsingfors handelshögskola, PB 1210, 00101 Helsingfors
Telefon: +358 9 4313 8493
Telefax: +358 9 4313 8746
E-post: jutta.heino@ekonomiskasamfundet.fi

Skattmästare: ekonomie magister Carsten Måsabacka,
PB 479, 00101 Helsingfors.
Telefon: +358 9 4313 3324.
E-post: carsten.masabacka@hanken.fi.

Ekonomiska Samfundets hemsida: www.ekonomiskasamfundet.fi

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), professor Martin Lindell (Svenska handelshögskolan), professor Anders Löflund (Svenska handelshögskolan), professor Gunnar Rosenqvist, professor Rune Stenbacka (Svenska handelshögskolan), professor Stefan Sundgren (Svenska handelshögskolan) och professor Lars-Erik Öller (Statistiska centralbyrån, Sverige).

Redaktionssekreterare: ekon.mag. Sonja Grönblom (Åbo Akademi)

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

Redaktionens adress:
professor Leif Nordberg, Åbo Akademi, Institutionen för samhällsekonomi 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 samhällsekonomi 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 konkurrenspolitiska 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, Åbo Akademi/ISES, Fänriksgatan 3 B, 20500 Åbo.
Telefon: 02- 215 4195. Telefax: 02-215 4677.
E-post: sonja.gronblom@abo.fi.

Prenumeration: Prenumerationspris 2007 (3 nummer): 25 Euro. Prenumerationen kan göras genom alla tidningsombud och bokhandlar eller direkt genom redaktionssekreteraren, ekon.mag. Sonja Grönblom, 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, adress ovan.

Adressändring: Anmälan om adressändring görs till samfundets sekreterare Nikolas Rokkanen, eller genom att skicka e-post till: adresser@ekonomiskasamfundet.fi.

Annonser: Redaktionssekreteraren, ekon.mag. Sonja Grönblom, 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), Lecturer Henrik Palmén (Swedish School of Economics and Business Administration).

Editorial Secretary: MSc Sonja Grönblom (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, P O Box 479, FIN-00101 Helsingfors, Finland.

Books for review should be sent to:
The Editorial Secretary, MSc Sonja Grönblom, Åbo Akademi University /ISES, Fänriksgatan 3 B, FIN-20500 Åbo, Finland.

Subscription: Subscription Price 2007 (3 issues): 25 Euro. Orders may be sent to any subscription agent or bookseller or directly to the editorial secretary, MSc Sonja Grönblom, 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, MSc Sonja Grönblom, 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

2007 : 1

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

INNEHÅLL 2007:1

LEDARE

Henrik Palmen:
Depression eller lågkonjunktur – beror på hur bankregleringen lyckas 3

ARTIKLAR

Åke Finne:
Relationskommunikation – vad är det? 5

Johan Lönnroth:
Göteborgsskolan – praktisk, friakademisk, historisk, folkbildande, social. 17

Kari Nars:
Den moderna lyckoforskningen och pengarna 27

FÖREDRAG

Charlotta Grönqvist:
Föredrag – vad är ett patent värt? 43

RECENSION

Kari Nars: Pengar och lycka
(Jan Otto Andersson) 49

Ekonomiska Samfundet i Finland: Nya medlemmar 2006 53

Innehåll 2006 54

Contents in brief 55

Depression eller lågkonjunktur – beror på hur bankregleringen lyckas

Ekonomin går på höga varv. I Finland har vi under hela EMU eran fått njuta av en ränta som varit för låg. Vår ekonomi har helt enkelt varit i bättre skick än de övriga EMU-ländernas. Även om det knappast är någon orsak till panik kan man nog småningom börja oroa sig över den växande skuldsättningen. Det är inte bara bostadslån som närmar sig gränsen för det hållbara. Såväl fastighetsbranschen som ”hedgefondernas” spekulativa positioner är högt belånade. Detsamma gäller marknaden för företagsköp. Priserna är högt uppskruvade och belåningsgraden ofta på farligt höga nivåer. Vi får verkligen hoppas att såväl bankerna som tillsynsmyndigheterna har koll på läget.

Skillnaden mellan depression och vanlig lågkonjunktur brukar ofta sammanhänga med hur banksektorn klarar sig. Om bankerna klarar sig hyfsat så är konjunkturs-vackan oftast odramatisk. Men om bankerna kommer i gungning blir läget snabbt mycket kritiskt. Vid finanskris kommer inte lånen till företagen att förnyas, vilket leder till svårigheter i företagen, som ytterligare ökar bankernas förluster. Det blir en ond spiral, där prisen på värdepapper och fast egendom snabbt sjunker. Människorna minskar konsumtionen och ekonomin tvärbromsar.

Från mitten av 1970-talet till mitten av 1990- talet upplevde många länder svåra bankkriser. Gemensamt för de flesta var att skattebetalarna fick gå in och rädda banksystemet. Staten har nu officiellt blivit en riskfinansiär till bankerna. Man har infört statlig garanti av depositioner upp till ett givet belopp per bankkund. Som en logisk följd av att delta i bärandet av risk har staten krävt insyn och makt i bankerna. Det sköts med bankreglering.

Bankregleringens kärna handlar om övervakning av bankernas risker. Förenklat innebär det att större risktagning leder till högre krav på eget kapital. Myndigheterna ger regler för hur riskerna och kravet på kapital räknas.

Den nya bankregleringen har hittills fungerat bra. Bankerna har blivit klart mer riskmedvetna, och de flesta av dem har slutat med storskalig spekulativ värdepappershandel, fastighetsspekulation och ”strategiskt” aktieägande som kännetecknade många banker tidigare.

Handeln i värdepapper och derivat har visserligen ökat explosionsartat, men syftet är huvudsakligen inte spekulativt. I synnerhet bankernas handel i riskinstrument handlar mest om riskgardering. Införandet av skatt på kortsiktig värdepappershandel skulle därför med stor sannolikhet vara direkt kontraproduktiv. Världen har förändrats sedan Tobin i slutet av 1960-talet presenterade sin skatt som ett sätt att hantera problemen med spekulativ skadlig handel.

Det finns även andra belägg för att den moderna bankregleringen faktiskt lyckats, även om vi har för kort erfarenhet för att säga något med säkerhet. Sedan mitten av 1990-talet har vi haft flera tämligen svåra ekonomiska kriser. De båda Asienkriserna, kriserna i Sydamerika och framförallt lågkonjunkturen efter börsbubblan, var alla ganska allvarliga. Utan reformerna inom bankregleringen kunde någon av kriserna ha medfört betydande störningar i banksystemet. Men banksystemet klarade sig galant utan nämnvärda förändringar i den goda lönsamheten som redan ganska länge kännetecknat industrin.

Men det finns nya orosmoln på bankhimlen. Komplexiteten och volymerna i de nya finansinstrumenten ökar risken ödesdigra misstag, missbruk och för systemfel. Storplaceraren Warren Buffet kallar dessa instrument, som i huvudsak utgörs av olika finansderivat, för finansiella massförstörelsevapen. Dessa risker har man försökt gardera sig emot genom införandet nya riskbegrepp och nya rutiner för deras hantering. Ett sådant begrepp är operativ risk. Vid införandet av det s.k. BASEL II regelverket ingår de operativa riskerna första gången som en separat kategori som myndigheterna reglerar. Bankerna jobbar nu intensivt för att fylla myndigheternas krav på hantering av den nya diffusa gruppen av risker.

Ett annat problem är de snabbt växande ekonomierna i de forna öststaterna och i Asien. Dessa länder har underutvecklade banksystem, som kan utgöra en risk då ländernas ekonomi växer snabbt. Den finländska krisen i början av 1990-talet är ett belysande exempel på hur illa det kan gå vid ekonomiska brytningsskeden, om inte finanssektorn inser konsekvenserna i tid. Vi får verkligen hoppas att bankbranschen i de snabbt växande ekonomierna från början anammar en modell och kultur som bygger på riskhantering snarare än på spekulation.

Det är den tredje förändringen som är mest skrämmande. Globaliseringen har lett till att riskerna sprids över lands- och regiongränser. Då den finländska bankkrisen slog oss med all sin förödande kraft kunde finansministern resa till andra länder och sälja statsobligationer för att klara förlusterna och arbetslöshetsbidragen. Men en svår störning i det globala banksystemet idag kan drabba flera eller i värsta fall alla länder samtidigt. Då blir det svårare att hitta finansiärer som bär oss över det värsta. Vem stoppar då det fria fall som en kris som involverar finanssektorn så lätt leder till?

Vi behöver många duktiga tjänstemän som jobbar ihärdigt med att mota risken för finansiell härdsmälta. Vi kan börja med att visa dem respekt och uttrycka vår stora tacksamhet för väl uträttat värv så här långt. Speciellt tacksamma och samarbetsvilliga skall bankernas ägare och bankdirektörerna som ägarnas representanter vara.

HENRIK PALMEN
Lektor

Åke Finne*
Ekonomie doktor, lektor i marknadsföring

Den här artikeln kombinerar idéer från två forskningstraditioner med målsättningen att skapa insikter i det framväxande konceptet om relationskommunikation. Utgående från dessa två forskningstraditioner utvecklas en dynamisk kommunikationsmodell. Denna modell sätter mottagaren i kommunikationsprocessen i centrum. Den dynamiska kommunikationsmodellen diskuteras både som empiriskt analysverktyg och som verktyg för företagsledningen. Modellen lämpar sig väl för att upptäcka relationskommunikation och hur detta slag av kommunikation skiljer sig från övriga typer av kommunikation. Betydelsen av tidsdimensionen diskuteras också. Möjligheterna att minska på företagets kommunikation diskuteras även kort.

Relationskommunikation – vad är det?

En diskussion om relationskommunikation har börjat växa fram i litteraturen om marknadsföring. Den här artikeln kommer att erbjuda ett nytt sätt att se på marknadskommunikation. Detta kommer att genomföras genom att kombinera modeller och idéer från två olika forskningsdiscipliner, relationsmarknadsföring och marknadskommunikation. Inom båda disciplinerna har man efterlyst större fokusering på konsumenten i kommunikationsprocessen (Finne, 2004; 2005; Finne och Grönroos, 2006).

Marknadskommunikation har långa forskningstraditioner och tidvis har det framförts hård kritik mot allmän praxis (Jones, 1996; Schultz, 1996; Vakratsas och Ambler, 1999). Trots den här kritiken har väldigt lite hänt. Om man granskar de senaste läroböckerna i marknadskommunikation (se t.ex. De Pelsmacker et al., 2005; Fill, 2005; Percy och Elliott, 2005; Pickton och Broderick, 2005) bekräftas att en större fokusering på konsumenten fortfarande saknas. Ett alternativt synsätt som uppfyller det kravet på fokus är konceptet om mening eller uppfattningar (Buttle, 1995; Gayeski, 2000). I stället för den traditionella idén inom marknadskommunikation, där ett budskap som transporteras från en sändare till en mottagare står i fokus (Schramm, 1971; Vakratsas och Ambler, 1999), borde uppmärksamheten riktas på mottagaren och den mening som skapas.

Faktum är att kommunikation inte sker i vakuum, dvs. att ett budskap i ett medium i taget transporteras från sändare till mottagare. Det förekommer försök i litteraturen där man strävar till att vidga det

* *Svenska handelshögskolan.*

traditionella synsättet. Integrerad marknadskommunikation (IMC) tar även notis av andra medier än de traditionella, t.ex. kontakter med produkter och personal. Vid en genomgång av de senaste läroböckerna i IMC (Duncan, 2005; Pickton och Broderick, 2005; Shimp, 2002) kan man konstatera att företagsperspektivet är det förhärskande perspektivet inom IMC. I dessa böcker är det företaget som står för integrationen och mottagaren förblir objekt i processen. Dock har en av pionjärerna inom IMC, Don Schultz, poängterat att mottagaren är den enda som egentligen kan integrera alla budskap (Schultz, 1997). Om fokus överförs på konsumenten väcks frågan om hurudana budskap som egentligen integreras. Därför koncentrerar jag mig på sådana faktorer i den här artikeln.

Bland forskare som forskar i uppfattningar och kommunikation har det funnits en tradition att kombinera själva budskapet i kommunikationen med någon annan faktor som har inflytande över konsumentens uppfattning. Den engelska litteraturen brukar tala om mening (meaning)[1]. Det här synsättet är ett annat sätt att se på kommunikation än det som IMC representerar, eftersom man i stället för att integrera utgående budskap fokuserar på konsumenten och allt som denna mottar. Därför representerar detta sätt att se på kommunikation ett bredare perspektiv än fokusering enbart på budskap. Forskare som kombinerat budskapet med historiska faktorer är Domzal och Kernan (1992), Friedmann och Zimmer (1988), Mick och Buhl (1992) och Padgett och Allen (1997). McCracken (1987), McCracken (1986) och Stern (1996) har kombinerat budskapet med externa faktorer och Grier och Brumbaugh (1999) och Scott (1994) har kombinerat budskapet med interna faktorer. Däremot känner jag inte till akademisk forskning där budskap i någon större utsträckning kombinerats med framtida faktorer. Dock kan en sådan diskussion hittas i litteraturen om relationsmarknadsföring (Edvardsson och Strandvik, 2000; Ojasalo, 1999). Därför är min målsättning att förena koncept från både marknadskommunikation och relationsmarknadsföring, och kombinera de fyra nyss nämnda faktorerna – historiska, framtida, externa och interna faktorer – i en kommunikationsmodell, *den dynamiska kommunikationsmodellen.*

TIDIGARE FORSKNING

Forskning inom marknadskommunikation har traditionellt inriktat sig på överföring av information, transport av budskap och hierarkiska sekvensmodeller såsom AIDA (står för attention-interest-desire-action) (Vakratsas och Ambler, 1999). I den här forskningstraditionen har fokus varit på en aktiv sändare och en mottagare som uppfattats som ett passivt objekt i kommunikationsprocessen (Percy och Elliott, 2005). Passivt objekt betyder att det är sändaren som kontrollerar sändningen av budskapet och att det är budskapet som gör något åt mottagaren. I den litteraturen är det till exempel sändaren som har tolkningsföreträde och sålunda är det mottagaren som missförstår ett budskap. I relationsmarknadsföring, där man förutsätter att båda parter möts på jämlikare grunder, har man konstaterat att synen på en passiv kund är förlegad (Finne, 2004; Grönroos och Lindberg-Repo, 1998; Lindberg-Repo, 2001). Ett koncept som kan föra samman marknadskommunikation och relationsmarknadsföring är konceptet om mening.

Mening är ett koncept som förekommer i många olika discipliner, vilket betyder att konceptet har minst lika många tolkningar som det finns discipliner (Osgood et al., 1961). Enligt Friedmann och Zimmer (1988) kan man beskriva mening på följande sätt: *"Meaning is one outcome of perception; meaning formation is*

1 Kommunikationsforskare inom konceptet mening i kommunikation brukar förhålla sig vardagligt till begreppet. De brukar sätta likhetstecken mellan den mening en konsument skapar av t.ex. ett budskap och den uppfattning han/hon bildar av ett budskap (Uljens, 1989, Finne, 2004)

a process within the perceptual process" (Friedmann och Zimmer, 1988: 31). Enligt de här forskarna kan man inte se mening som en sekvensmodell såsom AIDA, utan närmast som en deskriptiv referensram som ser individen som en subjektiv varelse. Enligt Williamson (1987) är mening ett koncept som blir intressant för att det inte koncentrerar sig på transaktionen utan vad produkten betyder för konsumenten. Budskapet i kombination med erfarenhet (Domzal och Kernan, 1992) och förväntningar (Friedmann och Zimmer, 1988) skapar en helhet. Därför är det intressant att kombinera erfarenheter från tidigare med förväntningar om framtiden och på det sättet skapa en tidsdimension bestående av historiska och framtida faktorer.

Behovet av att ställa konsumenten i centrum i stället för enbart budskapet har lyfts fram av flera forskare som har forskat i mening i kommunikation (Mick och Buhl, 1992; Scott, 1994; Stern, 1996). Enligt Mick och Buhl (1992) behöver den individuella mening, som en bestämd person bildar, inte komma som en överraskning för sändaren, förutsatt att personens historiska faktorer är kända.

Situationsfaktorer, bestående av externa och interna faktorer, har introducerats av McCracken (1987; 1986) i litteraturen om marknadskommunikation. År 1986 presenterade han sin Meaning Transfer Model, som beskriver hur mening i samhället, en extern faktor, med hjälp av varor kan överföras till individen, en intern faktor. I den modellen spelar kommunikationen en viktig roll. Mening förekommer på olika nivåer, i samhället, i varor och i individer. Andra forskare som diskuterat situationsfaktorer är Grier och Brumbaugh (1999), vilka diskuterat mening utgående från planerad och förverkligad mening. I deras modell kommunicerade företagen planerad mening, då konsumenten uppfattade förverkligad mening. I deras studie skilde sig uppfattningarna mellan målgrupper och icke målgrupper. Å ena sidan hade målgruppen en bättre förmåga att tillgodose sig olika element i en annons, å andra sidan skapade icke målgrupper negativ respons på en annons (Grier och Brumbaugh, 1999).

I de fall där delad mening skapas i kommunikationsprocessen, dvs. där planerad och förverkligad mening överlappar varandra (Gayeski, 2000) finns det goda förutsättningar för relationskommunikation. Därför vill jag understryka vikten av delad mening. Dock behöver inte den delade meningen vara hundra procent, men en tydlig känsla av att överensstämmande bör finnas oberoende om det rör sig om 30 % eller 50 %. Dylik delad mening kan vara en gemensam uppfattning om pris eller kvalitet, värderingar eller en gemensam vilja att fortsätta en relation, även om man inte är överens om allt.

En gemensam nämnare för all forskning som citerats ovan är att den har kombinerat budskapet med en annan faktor – antingen en historisk, framtida, extern eller intern faktor – för att skapa förståelse för individuell mening. Dessa faktorer bildar tillsammans två olika dimensioner – en *tidsdimension* och en *situationsdimension*. Tidsdimensionen kan beskrivas med historiska faktorer (Friedmann och Zimmer, 1988; Mick och Buhl, 1992; Padgett och Allen, 1997) och framtida faktorer (Friedmann och Zimmer, 1988; Mick och Buhl, 1992). Situationsdimensionen kan beskrivas med externa faktorer (McCracken, 1987; McCracken, 1986) och interna faktorer (Grier och Brumbaugh, 1999; Scott, 1994; Stern, 1996). Dock bör påpekas att framtida faktorer har diskuterats mycket sparsamt. Därför bidrar relationsperspektivet med värdefulla insikter. Inom det perspektivet har en modell för kritiska incidenter presenterats (Edvardsson och Strandvik, 2000), där dessa båda dimensioner finns med. De framtida faktorernas betydelse och deras inflytande på förväntningar i relationer har lyfts fram av Ojasalo

(1999). Eftersom en relation utvecklas över tiden under inflytande av historiska och framtida faktorer, utgör tidsdimensionen en av hörnstenarna i relationsmarknadsföring (Edvardsson och Strandvik, 2000; Grönroos, 2000; Holmlund, 2004).

Edvardsson och Strandvik (1999: 85) utgår delvis i sitt resonemang från tankar av Layder (1993) då de utvecklar sin situationsdimension. Layder beskriver dimensionen som nivåer, allt från makro- till mikronivå, bestående av sammanhang, omgivning, situationsbestämd aktivitet och det egna jaget (själv). Enligt Mick och Buhl (1992) är denna dimension mera dynamisk. Dessa nivåer beskriver ett kontinuum av olika faktorer som förekommer både utanför individen och i individen. Russell och Mehrabian (1976) definierar gränsdragningen mellan dessa faktorer så att externa faktorer är allt ytter om en person och kan mätas oberoende av om personen är närvarande. Interna faktorer är allt i personen och kan mätas oberoende av yttre faktorer. I denna artikel kategoriserar jag denna dimension i två grupper, dvs. externa och interna faktorer.

Mick och Buhls Meaning-based modell (1992) har betydande likheter med Edvardsson och Strandviks modell, eftersom båda artiklarna beskriver tids- och situationsdimensioner. Mick och Buhl intervjuade tre danska bröder om fem annonser. Centralt i deras modell är att varje individ uppfattar världen på ett subjektivt sätt och därför kan inte mening överföras från en annons (sändare), endast skapas av en sändare. Det intressanta i deras undersökning var att de tre bröderna, trots att de representerade samma segment, reagerade olika på annonserna. Dessa reaktioner berodde på att uppfattningarna tog intryck av personliga intressen, ambitioner och målsättningar, vilka drivs av livsteman eller livsprojekt. Edvardsson och Strandviks tids- och situationsdimensioner motsvarar dessa faktorer. Dock saknar Mick och Buhl ett relationsperspektiv, men omfattar ett kommunikationsperspektiv, och Edvardsson och Strandvik saknar ett kommunikationsperspektiv, men omfattar ett relationsperspektiv.

Såvitt jag vet förekommer inte begreppet relationskommunikation i littera-

Tabell 1. Ett sammandrag över forskning från disciplinerna marknadskommunikation och relationsmarkandsföring och behandling av centrala koncept.

	Mening i kommunikation	Relations-perspektivet	Historiska faktorer	Externa faktorer	Interna faktorer	Framtida faktorer
Domzal och Kernan, 1992	x		x			
Edvardsson och Strandvik, 2000		x	x	x	x	x
Friedmann och Zimmer, 1988	x		x			(x)
Grier och Brumbaugh, 1999	x				x	
Lindberg-Repo, 2001	x	x				
McCracken, 1986	x			x		
McCracken, 1987	x			x		
Mick och Buhl, 1992	x		x	x	x	x
Padgett och Allen, 1997	x		x			
Scott, 1994	x				x	
Stern, 1996	x				x	

Tabell 2. Likheter mellan olika synsätt: The Meaning-based model (Mick och Buhl, 1992), The CIRC-model (Edvardsson och Strandvik, 2000) och den dynamiska kommunikationsmodellen.

Faktorer	Meningsbaserad modell (Mick & Buhl 1992)	CIRC-modellen (Edvardsson & Strandvik 2000)	Den dynamiska kommunikationsmodellen
Historiska	Individuell livshistoria	Relationshistoria	Historiska faktorer
Framtida	Livsteman: målsättningar och mening	Relationens framtid	Framtidsfaktorer
Externa	Kulturellt förankrad	Extern kontext	Externa faktorer
Interna	Personliga intressedrivna projekt	Intern kontext	Interna faktorer
Utfall	Meningsbaserad uppfattning	Kritiska händelser	Uppfattning i kommunikation

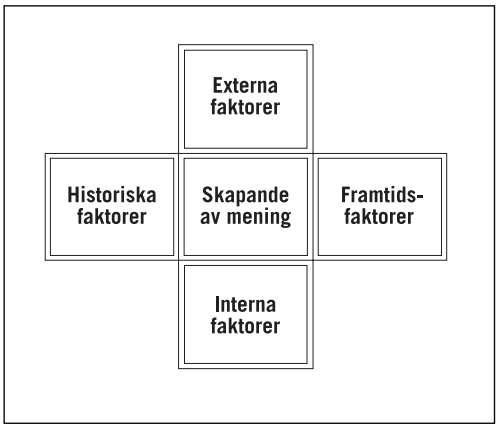
turen om marknadskommunikation i någon större utsträckning. Lindberg-Repo har diskuterat begreppet och konstaterat att det representerar ett holistiskt perspektiv som ser till båda parter i kommunikationsprocessen. Hon definierar det på följande sätt: *"Relationship communication is defined as the sum of all actions that convert the message and meaning in a mutually beneficial way and affects the knowledge base between parties" (Lindberg-Repo, 2001: 19)*. Centralt i hennes synsätt är att båda parter deltar, att det har ett långtidsperspektiv och flera olika faktorer inverkar. I den här artikeln för jag fram tanken det är den ena parten, mottagaren, som står för integrationen, samt diskuterar vilka faktorer som integreras.

För att sammanfatta diskussionen om tidigare forskning (se Tabell 1): Det förekommer forskning som behandlar mening i kommunikation. En del av denna forskning kombinerar diskussionen med en enskild faktor: antingen en historisk, framtida, extern eller intern faktor. Endast få kombinerar diskussionen med relationsperspektivet. Emellertid har ingen kombinerat den täckning jag här talar för, vilket är en kombination av samtliga faktorer i Tabell 1. Dessa enskilda faktorer kan tillsammans formas till modell, som jag kallar *den dynamiska kommunikationsmodellen*. Syftet med den modellen är att skapa en djupare insikt i relationskommunikation.

DEN DYNAMISKA KOMMUNIKATIONSMODELLEN

Den dynamiska kommunikationsmodellen bygger till stora delar på modeller av Mick och Buhl samt Edvardsson och Strandvik (Tabell 2). Mick och Buhl för in individuella uppfattningar och Edvardsson och Strandvik bidrar med ett relationsperspektiv. Genom att utgå från de här modellerna kan både individen och relationen tas i betraktande i kommunikationsprocessen. Den nya modellen består av två dimensioner: en tidsdimension och en situationsdimension. Med hjälp av modellen kan man visa på faktorer som bidrar till relationskommunikation.

Tidsdimensionen består av historiska faktorer och framtida faktorer. De historiska faktorerna omfattar alla slags budskap från tidigare och har inflytande över den individuella uppfattningen. Den här uppfattningen kan grunda sig på den personliga historien (Mick och Buhl, 1992) eller den gemensamma relationshistorien (Edvardsson och Strandvik, 2000). Sådana



Figur 1. Den dynamiska kommunikations-modellen.

faktorer kan vara tidigare erfarenheter, minnen, men även historier man hört någon gång eller andra kontaktpunkter med företaget eller produkten. Framtida faktorer kan finnas inbakade i den framtida relationen (Edvardsson och Strandvik, 2000) eller i personens livsteman (Mick och Buhl, 1992). Sådana faktorer kan vara förväntningar, målsättningar och visioner (Grönroos, 2000; Ojasalo, 1999; Zeithaml et al., 1990). Alla dessa tidsfaktorer skapar tillsammans ett kontinuum från förr i tiden in i framtiden. Traditionell marknadskommunikation däremot är oftast förankrad i nuet. Däremot är alla tidsfaktorer väsentliga i en relation. En persons uppfattning om en relation skapas över tiden (Holmlund, 2004). Därför är tiden en betydelsefull faktor.

Situationsdimensionen består av externa och interna faktorer. Enlig Belk (1975) bör man ta både externa och interna faktorer i betraktande. Externa faktorer kan vara kulturella faktorer (Mick och Buhl, 1992) eller den kontext där personen befinner sig (Edvardsson och Strandvik, 2000). Sådana externa faktorer kan vara trender, traditioner, den ekonomiska situationen, familjen, eller olika alternativa lösningar som till exempel bygger på konkurrenternas annonsering eller annan marknadskommunikation som finns i den externa miljön. De interna faktorerna kan vara individuella livsprojekt som hänför sig till det egna jaget för att använda Mick och Buhls ord (1992) eller den interna kontexten, individen för att uttrycka det som Edvardsson och Strandvik (2000). Dessa faktorer kan vara en konsuments attityder, förmåga, identitet eller personliga intressen.

För att förstå hur mening skapas i en relation bör man beakta de dimensioner som har diskuterats ovan. Emellertid skall man notera att resultatet av alla faktorer tillsammans kan vara ett annat än resultatet av en enskild faktor. Idén är att se om de faktorer, som här har diskuterats, påverkar skapandet av mening eller om annonsen ensam påverkar kommunikationsprocessen. Ett antagande är att en del budskap kombineras med en eller flera faktorer, då andra budskap inte kombineras med någon faktor. Således bör inflytandet av dessa faktorer noteras. Då mening skapas i kombination med många faktorer kan man tala om relationskommunikation. I en relation kan det vara många olika slag av faktorer som påverkar uppfattningen. Därför bör man samtidigt ta både tids- och situationsdimensionerna i beaktande för att upptäcka relationskommunikation. På grund av det här kan man inte beakta endast ett enda budskap skilt för sig, utan bör ta alla kontaktpunkter i beaktande. *Den dynamiska kommunikationsmodellen* (Figur 1) är konstruerad så att de här kraven uppfylls. Modellen samt dess tillämpning kommer att beskrivas och diskuteras i resten av den här artikeln. Först kommer jag att diskutera modellen som analysverktyg i forskning, sedan som verktyg i företag.

MODELLEN SOM ANALYSVERKTYG I FORSKNING

Den dynamiska kommunikationsmodellen kan användas som ett analysverktyg då man undersöker skapande av mening.

Skillnader i enskilda individers mening kan upptäckas genom att kategorisera deras uppfattningar som blivit initierade av ett budskap. Man kan analysera till exempel kundberättelser eller intervjuer. En del konsumenter kan skapa mening enbart utgående från en annons och andra konsumenter skapar mening i kombination med flera faktorer. De kategorier som sökes i analysen är historiska, framtida, externa och/eller interna faktorer.

Historiska faktorer kan omfatta inflytande av tidigare erfarenheter eller gamla minnen. Framtida faktorer kan omfatta påverkan av förväntningar, visioner eller en pågående stark kundrelation där den gemensamma framtiden är given. Externa faktorer kan inkludera ett omnämnande av stor betydelse för en hel region eller ett land, eller ett personligt projekt i en familj. Interna faktorer kan beröra positiva eller negativa attityder mot annonsen, fotomodellen, varumärket eller företaget, men även svårigheter att förstå budskapet.

Först avväger forskaren vilka faktorer som har eller inte har inflytande över skapandet av mening genom att tolka berättelser. Efter denna kategorisering av uppfattningar till exempel om annonser kollar man hur många av de fyra faktorerna som har inflytande i kommunikationsprocessen. Ifall många av faktorerna har inflytande, samt att det förefaller som om delad mening mellan företag och konsument har skapats, klassificerar man kommunikationen som relationskommunikation. Till exempel gemensam kunskapsgrund i en relationskontext kan utgöra en framgångsrik plattform för dylik kommunikation. Konkret handlar det ofta om annonsörer som varit trogna samma kommunikationsstrategi i många år och vars produkter är bekanta för konsumenterna, vilket kan bidra till sådan kommunikation. Ett exempel på dylik kommunikation är Pauligs kaffereklamer i Finland (Finne 2004).

Om det förefaller som om delad mening inte uppstår, till exempel i samband med negativa attityder eller svårigheter att förstå ett budskap, klassificeras det inte som relationskommunikation. Sådana här fall kan vara annonser som läsaren helt enkelt inte förstår, t.ex. missriktad humor, konstiga rubriker eller underliga eller provocerande bilder. Det här förekommer i rätt många reklamannonser.

En situation som även kan förekomma är att själva annonsens inflytande är minimalt, men de övriga faktorernas inflytande är så stort att delad mening uppstår trots annonsen. Det här klassificeras också som relationskommunikation. En sådan situation kan vara en situation där relationens inflytande är mycket starkt. Till exempel företag som har stort inflytande överlag i samhället, både i nuet och för landets framgång i framtiden, kan åstadkomma den här typen av kommunikation. Man kan säga att mening uppstår trots annonsen, inte på grund av den. Till exempel Nokia har gjort denna typ av kampanjer (Finne, 2004). Om ett företag kan upptäcka sådana annonser med minimalt inflytande, kan de göra besparingar genom att dra in dem. Dylika annonser bidrar inte med någonting av betydelse.

Ifall bedömningen tyder på att delad mening uppstår utan att någon av faktorerna inverkar, dvs. enbart utgående från en annons, kan man inte klassificera det som relationskommunikation enligt det resonemang som förts här, emedan många faktorer bör inverka samtidigt. Däremot kan man konstatera att budskapet faller i god jord och att förutsättningarna för relationskommunikation i framtiden kan vara bra.

Tidsdimensionen är endast närvarande i en del fall (Finne, 2004). Historiska faktorer som då nämns är egna tidigare erfarenheter, gamla minnen eller en gammal relation. Framtida faktorer är mera sällsynta då mening skapas. Dock förekommer de i en del fall och då förefaller deras inflytande vara av betydelse. Sådana faktorer kan handla om en pågående relation, som omfattar en outtalad framtid. Situationsdimensionen brukar vara närvarande

i de allra flesta fall. Det kan handla om interna faktorer såsom både positiva och negativa uppfattningar (se Tabell 3). Exempel på typiska interna faktorer är att man gillar en annons eller att man saknar personlig förmåga att förstå budskapet. Ibland kan budskapet i en annons förstås per se, men då det kombineras med andra faktorer, stämmer inte helhetsuppfattningen. Sådana situationsdimensionens externa faktorer som ofta omtalas är det personliga livet, en relation till företaget, eller att företaget som sådant spelar en betydande roll i samhället.

Den dynamiska kommunikationsmodellen förefaller alltså vara ett intressant analysverktyg då man forskar i uppfattningar och strukturerar dem i olika dimensioner. I en del fall kan relationskommunikation förekomma, dvs. då många faktorer är representerade. I undantagsfall kan alla faktorer vara representerade, men om delad mening inte uppstår, kan man inte tala om relationskommunikation. Sådana fall kan vara situationer där en person kombinerar alla faktorer, men förblir förbryllad över budskapet. Ofta förekommer situationer där endast någon av faktorerna är närvarande och ingen delad mening uppstår.

MODELLEN SOM VERKTYG I FÖRETAGEN

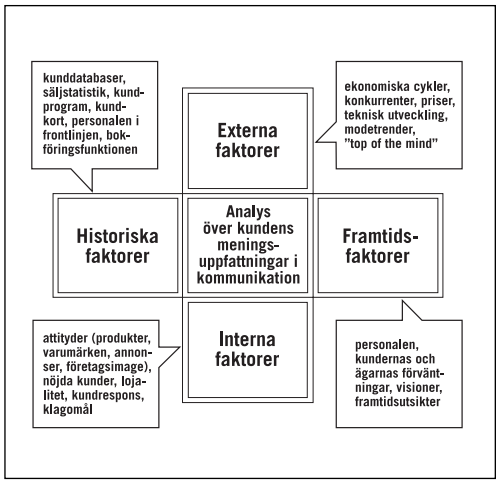
Trots att företag inte har metoder för relationskommunikation till sitt förfogande för att analysera sin kommunikation med konsumenter, så finns det enkla åtgärder man kan göra. Existerande information kan finnas tillgänglig överallt i företaget och kan utnyttjas för en analys där konsumenten sätts i centrum (se Figur 2). Då kan den dynamiska kommunikationsmodellen fungera som ett användbart verktyg för den operativa ledningen i ett företag. Detta innebär att man utgående från modellens dimensioner gör en sammanställning som kan utnyttjas som underlag för beslut. Genom att använda modellen som en ram för att strukturera den kunskap och data om kunder som redan existerar i företaget kan ledningen lokalisera faktorer som påverkar kunden och därför bidrar till kommunikationsprocessen. På detta sätt

Tabell 3. Exempel på kategorisering av mening enligt de fyra faktorerna.

Kategori	Kodning	Typiska kommentarer
Historiska faktorer	Tidigare erfarenheter, minnen	Jag har minnen; Jag har använt; Har aldrig blivit besviken; Du kan lita på; Så länge jag kan minnas; Har vuxit upp med
Framtida faktorer	Pågående relation, förväntningar, visioner	Jag dricker varje dag; En gammal vän; En viktig sak; Nära mitt hjärta; Har en koppling till företaget; Vi har en relation; Erfarenheter på daglig basis; Xxx har stor betydelse för; Viktigt att ha: Jag känner mig fri
Externa faktorer	Betydande roll i samhället, personligt projekt, annan kommunikation, familjen	Xxx finns överallt; Ett viktigt företag; Jag har en; I vår vardag; Endast amatörer använder; I linje med resten; Skandalen; Bossens trakasserier; Maten och företaget; Min kompis Larissa
Interna faktorer	Attityder, förståelse, personlig förmåga	Jag blir arg; Får ont i ögonen; Irriterande; Tycker inte om; Intresserar inte; Dum; Smart; Jag gillar; Fiffig; Rolig; Förbryllad av; Jag missar något; Konstig; Missförstår; Ingen aning; Vet inte; Inget budskap; Säger ingenting; Ger mig inget; Motsägande budskap

Anm. För mera ingående forskning där omfattande empiriskt material analyseras hänvisas till Finne och Grönroos, 2006.

kan man i företaget även upptäcka nya källor till budskap och nya argument som kan användas i kommunikationen till kunderna.



Figur 2. Den dynamiska kommunikationsmodellen som beslutsunderlag i företag.

Tidsdimensionens faktorer kan sammanställas på följande sätt. Historiska faktorer kan upptäckas i säljstatistik, kunddatabaser och lojalitetsprogram, men även bland personalen som har daglig kundkontakt samt på andra ställen i företaget. Eventuellt kan bokföringsfunktionen, som de facto blickar bakåt, även bidra med information och sammanställningar. Framtida faktorer kan tas fram ur material som behandlar förväntningar och visioner på många olika plan (hos kunder, personal, företagsledningen, ägare mm.) och rapporter om framtidsutsikter. Här vill jag poängtera att det nödvändigtvis inte handlar om företagets och ledningens visioner utan kundernas visioner som utgångspunkt, som företaget sedan kan följa för att kunna utvecklas tillsammans med kunden. Dessa kundvisioner kan kombineras med företagsledningens visioner om företagets och branschens framtidutsikter samt placerarnas förväntningar för att ytterligare komplettera tidsdimensionen.

Situationsdimensionens faktorer kan sammanställas på följande sätt. Information om externa faktorer kan tas fram både från företagsledningen och från marknadsföringsavdelningen. Externa faktorer kan förekomma i ekonomiska cykler, teknologiutveckling, modetrender och konkurrentanalyser, som den högsta ledningen har tillgång till. Existerande mätningar av reklameffekt kan även användas, eftersom de visar hur företagets kampanjer stått sig i konkurrensen med andra företag. Interna faktorer kan förekomma i undersökningar om kundernas attityder, mystery shopping eller kundtillfredsställelse, de kan förekomma hos personalen som tar hand om klagomål eller har insikt i annan kundrespons, samt i rapporter om reaktioner på reklamkampanjer. Dessutom kan rapporter om produktportfolion och produktkurvor över livslängd finnas tillgängliga i företaget, vilket även kan bidra till sammanställningen om situationsdimensionen.

Genom att sammanställa en övergripande analys som beaktar alla dessa faktorer samtidigt kan man upptäcka olika faktorer som bidrar till kommunikationsprocessen. Centralt är dock att insamlingen av dessa data sker över gränserna för de olika funktionerna och avdelningarna i företaget, dvs. att det inte blir en fråga endast för kommunikationsexperterna i företaget. Det här kan vara en utmaning för en del företag, men analysen kan vara en bas för relationskommunikation mellan företaget och dess kunder. Företag som kommit långt i implementeringen av kundperspektiv kan upptäcka kommunikationsgap på detaljnivå och kan fokusera på att göra sakerna rätt. Företag som inte nått lika långt i denna implementering kan upptäcka andra slags faktorer som bidrar, och kan genom det fokusera på rätta saker. Sålunda drar jag slutsatsen att den dynamiska

kommunikationsmodellen kan vara ett användbart verktyg även för företagsledningen.

KONKLUSIONER OCH IMPLIKATIONER

Kombinationen av de två forskningstraditionerna, integrerad marknadskommunikation och relationsmarknadsföring, förefaller att vara givande. Den dynamiska kommunikationsmodellen bidrar med insikter i diskussionen om vad relationskommunikation kan innebära. Delad mening i kommunikation tillsammans med ömsesidigheten i relationsmarknadsföring kan skapa förutsättningar för relationskommunikation. Den delade meningen behöver inte vara hundraprocentigt samstämmig, men en känsla av samstämmighet bör förekomma. Denna syn på kommunikation är långt från synen där man levererar ett budskap till en konsument opåverkat av några som helst faktorer.

I den här artikeln har budskap och annonser omnämnts explicit. Emellertid kan diskussionen lika väl omfatta nyheter, kontakter över servicedisken eller kundens konfrontation med produkter, eftersom dylika situationer även kan ses som kommunikationsprocesser. Idén är att upptäcka de faktorer som bidrar. Modellen kan även användas som analysverktyg av företagsledningen. Poängen är att man med hjälp av resonemanget ovan kan framhålla att relationskommunikation skiljer sig från övriga former av kommunikation på så sätt att flera faktorer har inflytande över skapandet av mening. Karakteristiskt för relationskommunikation är att situationen består av två parter som tar del i processen som aktiva parter i skapande av mening. Tidsdimensionen förefaller att vara synnerligen central i den här processen. Genom att använda den dynamiska kommunikationsmodellen som ett analysverktyg är det möjligt för forskare och marknadsförare att se om relationskommunikation förekommer eller inte. Detta är en betydande kontribution till den traditionella kommunikationslitteraturen, integrerad marknadskommunikation samt relationsmarknadsföring.

Situationer där själva annonsen har minimal betydelse i kommunikationsprocessen, men trots det skapar relationskommunikation öppnar intressanta möjligheter för marknadsförare. Ifall delar av dyra reklamkampanjer kan undvikas med besparingar som resultat samtidigt som man fortfarande skapar relationskommunikation, så kan det här medföra konsekvenser för företagens kommunikationsstrategier. Förslaget är att ta faktorer som förekommer i relationen i betraktande och inse vilken effekt de har på den relationskommunikation som skapas. Företag som behärskar det här kan minska på sin kommunikation av planerade budskap. De fyra olika faktorerna generar den relationskontext som behövs för att skapa mening. Relationen behöver inte explicit poängteras i dylika fall.

Den specifika fokusen på mottagaren som aktiv part i processen är även en central poäng. I stället för det traditionella sättet att se på ett budskap åt gången har många faktorer beaktats samtidigt. Även om man jämför med tidigare forskning som beaktat flera faktorer (se Domzal och Kernan, 1992; Duncan och Moriarty, 1997; Grier och Brumbaugh, 1999; McCracken, 1986; Padgett och Allen, 1997) är idén som presenterats här, dvs. att sammanföra budskap men historiska, framtida, externa och interna faktorer i en modell, ett steg vidare i synen på marknadskommunikation. Integrationen av de här faktorerna kan däremot endast göras av mottagaren. Därför kan inte relationskommunikation planeras eller genomföras utan att ta mottagaren i betraktande i tillräcklig utsträckning redan i planerings- eller implementeringsstadiet. Modellen fungerar också som en brobyggare mellan de två forskningstraditionerna.

REFERENSER

Ballantyne, D. (2004): Dialogue and its role in the development of relationship specific knowledge. Journal of Business & Industrial Marketing 19(2), 114–123.

Belk, R. (1975): Situation Variables and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research* 2, 157–64.

Buttle, F. (1995): Marketing Communication Theory: What do the Texts Teach Our Students. *International Journal of Advertising* 14, 297–313.

De Pelsmacker, P., M. Geuens, and J. Van den Bergh (2005): *Foundations of Marketing Communications. A European Perspective*. Harlow, England: FT Prentice Hall.

Domzal, T. and J. Kernan (1992): Reading Advertising: The What and How of Product Meaning. *The Journal of Consumer Marketing* 9(3), 48–64.

Duncan, T. (2005): *Principles of Advertising & IMC*, 2nd, International ed. New York: McGraw-Hill Irwin.

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

Edvardsson, Bo and Tore Strandvik (2000): Is a critical incident critical for a customer relationship? *Managing Service Quality* 10(2), 82–91.

Fill, C. (2005): *Marketing Communications. Engagement, strategies and practice*, 4th ed. Harlow, England: FT Prentice Hall.

Finne, Å. (2004): *Hur den aktiva kunden konstruerar budskap – Ett synsätt inom relationskommunikation*. Swedish School of Economics and Business Administration, Ekonomi och samhälle 137, Helsinki, Finland.

Finne, Å. (2005): Ibland kan det vara bättre att vara tyst. *Ekonomiska samfundets tidskrift*, vol. 58 (2005), nr. 2, pp. 83–90.

Finne, Å. & Grönroos, C. (2006): Towards a dynamic communication model – a useful tool in relationship communication. In Podnar, K. & Jancic, Z. (eds.) *Contemporary Issues in Corporate and Marketing Communications: Towards a Socially Responsible Future, 11th International Conference on Corporate and Marketing Communications,* Ljubljana, Slovenia, pp. 191–199.

Friedmann, R. and M. Zimmer (1988): The Role of Psychological Meaning in Advertising. *Journal of Advertising Research* 17(1), 31–40.

Gayeski, D. (2000): *Managing the Communication Function*. San Francisco: IABC.

Grier, S. and A. Brumbaugh (1999): Noticing Cultural Differences: Ad Meanings Created by Target and Non-Target Markets. *Journal of Advertising* 28(1), 79–93.

Grönroos, C. (2000): *Service Management and Marketing. A Customer Relationship Management Approach*. London: John Wiley & CO.

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

Holmlund, M (2004): Analyzing business relationships and distinguishing different interaction levels. *Industrial Marketing Management* 33, 279–87.

Jones, J.P. (1996): Examining "conventional wisdoms" about advertising effects with evidence from independent sources. *Journal of Advertising Research* November–December, 37–59.

Layder, D. (1993): *New Strategies in Social Research*. Cambridge: Polity Press.

Lindberg-Repo, K. (2001): *Customer Relationship Communication – Analyzing Communication from a Value Generating Perspective*. Swedish School of Economics and Business Administration, Ekonomi och samhälle No. 99, Helsinki, Finland.

McCracken, G. (1987): Advertising: Meaning or Information?. In M. Wallendorf and P. Anderson (Eds.) *Advances in Consumer Research*, Vol. 14.

—— (1986): Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research* 13(June), 71–83.

Mick, D. and C. Buhl (1992): A Meaning-based Model of Advertising Experiences. *Journal of Consumer Research* 19 (Dec. 1992), 317–38.

Ojasalo, J. (1999): *Quality Dynamics in Professional Services*. Swedish School of Economics and Business Administration, Ekonomi och samhälle No. 76, Helsinki, Finland.

Osgood, C, G. Suci, and P. Tannenbaum (1961): *The measurement of meaning*. Illinois: Urbana.

Padgett, D. and D. Allen (1997): Communicating Experiences: A Narrative Approach to Creating Service Brand Image. *Journal of Advertising* 26(4), 49–62.

Percy, L. and R. Elliott (2005): *Strategic advertising management,* 2nd ed. Oxford: Oxford University Press.

Pickton, D. and A. Broderick (2005): *Integrated Marketing Communications,* 2nd ed. Harlow, England: FTimes Prentice Hall.

Russell, J. and A. Mehrabian (1976): Environmental Variables in Consumer Research.. *Journal of Consumer Research* 3, 62–63.

Schramm, W. (1971): The Nature of Communications between Humans. In W. Schramm and D. Roberts (Eds.) *The Process and Effects of Mass Communications*. Urbana Ill: University of Illinois Press.

Schultz, D. (1996): The Inevitability of Integrated Communications. *Journal of Business Research* 37, 139–46.

Scott, L. (1994): The Bridge from Text to Mind: Adapting Reader-Response Theory to Consumer Research. *Journal of Consumer Research* 21(Dec), 461–80.

Shimp, T. (2002): *Advertising Promotion – Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications,* 6 ed. Fort Worth: The Dryden Press.

Stern, B. (1996): Textual Analysis in Advertising Research: Construction and Deconstruction of Meanings. *Journal of Advertising* 25(6), 61–73.

Uljens, M. (1989): Fenomenografi – forskning om uppfattningar. Lund: Studentlitteratur.

Vakratsas, D. and T. Ambler (1999): How Advertising Works: What Do We Really Know?. *Journal of Marketing* 63(Jan), 26–43.

Williamson, J. (1987): *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising – Ideas in progress*. Southampton, Great Britain: Marion Boyars.

Zeithaml, V., A. Parasuraman, and L. Berry (1990): *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.

JOHAN LÖNNROTH*
FIL LIC. I MATEMATIK OCH DOCENT I NATIONALEKONOMI

Göteborgarna har historiskt känt sig missgynnade av staten. Det gäller inte minst den högre utbildningen alltsedan Lund konkurrerade ut Göteborg vid tillkomsten av landets andra universitet. Nästan alla högre läroanstalter tillkom här efter privata initiativ och donationer från stadens ekonomiska makthavare. Inspiratörer var också kulturidealister som Grundtvig och SA Hedlund, som ville ha en "fri akademi" utan examina som skulle vända sig till en bredare publik än de mer stelbenta traditionella universiteten. Ekonomutbildningen kom att präglas av nära förbindelser med historia och sociologi samt av höga krav på praktisk användbarhet. Stadens första professurer i nationalekonomi, Gustaf Steffen (som hade också sociologi i ämnesrubriken) och Gunnar Silverstolpe, passade väl in i detta mönster. Denna breda tradition lever kvar än i dag genom en relativt stark ställning för miljöekonomi och andra områden vid huvudfårans utkant.

Göteborgsskolan – praktisk, friakademisk, historisk, folkbildande, social.[2]

DEN WURMBSKA HANDELSUTBILDNINGEN

"I Göteborg skrivs inga dikter, bara fakturor" är ett talesätt med osäkert ursprung. Andra uttalanden i samma riktning kan däremot beläggas. Så skrev till exempel den store norske diktaren Bjørnstierne Bjørnson i ett argt brev till Handelstidningens ägare S. A. Hedlund att Göteborg var "Nordens råeste by" och att staden dominerades av "pængerne, maten, vinet, liderligheten i det stille". Måhända hade Bjørnson rätt. Men den göteborgska nationalekonomin har också haft en rad andra särdrag.

Som hamnstad har Göteborg nåtts tidigt av internationella tankeströmmar: På gott och ont har ismer i tiden fått starkare genomslag här: merkantilism, skandinavism, liberalism, socialism, kommunism och nazism. Göteborgarna lät idéerna och deras bärare delta i stadens liv och mildrade dem sedan genom att dra in dem i den allt omslukande göteborgsandan.

Efter freden i Roskilde 1658 uppstod frågan hur de nyerövrade landskapen skulle försvenskas. Den högre utbildningen hade en strategisk betydelse. Gymnasiet i Göteborg fick uppgiften att göra goda svenskar av präst- och bondsöner från Bohuslän och Halland. Stadens ledande män framhöll Göteborgs stora ekonomiska och försvarspolitiska betydelse och hemställde om att också ett av ständerna diskuterat nytt universitet skulle byggas här. Men Skåne och Blekinge bedömdes som viktigare att försvenska. Lund fick det nya universitetet.

1 Johan Lönnroth har varit riksdagsman och vice ordförande i vänsterpartiet. Nu är han pensionerad, men han har kvar en del undervisning.

2 Denna text presenterades ursprungligen på den nordiska doktrinhistoriska konferensen i Stockholm i augusti 2006. Den bygger till stor del på mina tidigare texter, särskilt de om Steffen och Silverstolpe. I dessa texter finns ett antal fotnötter och litteraturreferenser som jag i stort sett låtit bli att ta med i denna text. Benny Carlson, Bo Sandelin och Thomas Sterner har hjälpt mig med värdefulla synpunkter.

Här drogs slutsatsen att man inte bör lita på staten.

När Göteborgs gymnasium 1748 firade sitt 100-årsjubileum väckte biskop Wallin åter tanken på ett högre lärosäte i Göteborg och 1760 sände domkapitlet in en framställan till det kungliga majestätet där det bland annat hette att det i staden finns:

... mängder av näringsmedel, folk och ungdom, vilken sistnämnda i olika avsikter fordrar olika samt lätt- och snarfången undervisning.

Domkapitlet ville att gymnasiet i Göteborg skulle bli ett ”gymnasium illustre” med lektorat i medicin, ekonomi och handel samt en informator i fortifikation och sjöstat. Men inte heller denna gång kom positiv respons från höga vederbörande i Stockholm. Frihetstidens första ekonomiprofessur hamnade i Uppsala. De två första professurerna med den av Linné inspirerade kombinationen ekonomi och botanik kom i Lund och Åbo. Om göteborgarna ville ha något motsvarande fick de ordna detta själva.

Till den göteborgska ekonomiutbildningens ideologiske fader vill jag härmed utnämna Friedrich Christoph Wurmbs. Han deltog i bygget av en handelsakademi i Hamburg med start 1768 och flyttade till Sverige efter privatekonomiska problem. Där startade han 1785 en internatskola i den lilla orten Öringe i södra Halland. Skolan hade som mest 40 elever. Teori varvades med praktik. Bland ämnena fanns varukännedom och geografi. Eleverna fick lära sig att skriva fakturor och bokföra i ett ”övningskontor” (Gunnarsson, 1988, s. 109, Hallands Genealogiska Förenings hemsida: hgf@halland.genealogi.se).

Napoleonkrigen och kontinentalblockaden gav den göteborgska handeln strategisk betydelse för främst britterna. Staden fick ett våldsamt uppsving, affärsmän flyttade hit. Flera av dem var från Skottland. De hade med sig idéer om näringsfrihet och frihandel. Robert Owens idéer om företagsägarnas sociala ansvar och om arbetarnas deltagande i samhällslivet kom till Göteborg genom män som William Gibson (grundaren av bland annat Jonsereds fabriker, där det redan på 1840-talet infördes ett system med andel i vinst, ett slags tvångssparande).

Efter en motion om upprättande av handels- och navigationsskolor vid 1823 års riksdag frågade Kommerskollegium handelssocieteterna i stapelstäderna om vad de ansåg om detta. Handelssocieteten i Göteborg inlämnade i augusti 1824 ett förslag som utformats av den tyskfödde grosshandlaren och industrimannen G.F. Hennnig, som studerat på Wurmbs handelsskola i Hamburg. En annan tysk, Ferdinand Lannes, fick i uppdrag att göra läroplan. Han angav Wurmbs skola i Öringe som förebild (Gunnarsson,1988, s. 185).

I januari 1826 tog *Göteborgs Handelsinstitut* (GHI), det första av sitt slag i Sverige, emot sina första elever. I dess stadga kunde man läsa:

Institutet skiljer sig från ett handelshus blott genom bristen på penningar och varor.

Inriktningen på GHI var med andra ord praktisk, eleverna skulle lära sig och examineras på handlandets praktik snarare än på dess teori. Samma sak gällde den tre år senare tillkomna *Chalmerska slöjdskolan* och den 1841 tillkomna *Navigationsskolan*. Alla tre skolorna byggde på privata initiativ och pengar, statsbidragen var i början små. Skolorna speglade en skepsis bland stadens ledande män gentemot statens utbildningspolitik. Man ville ha en för industri och handel mer användbar utbildning än den som formats av präster och ämbetsmän vid gymnasier och vid universiteten i Uppsala och Lund.

GRUNDTVIG, HEDLUND OCH DEN FRIA AKADEMIN

Lite paradoxalt var det en präst som gav denna göteborgska utbildningsdoktrin ett eldunderstöd med internationellt genomslag. Det var självaste Grundtvig, som skrev i den nystartade nordiska tidskriften *Brage*

och Idun 1839 att de gamla universiteten med deras

… tuggande av latinsk grammatik … intet annat storverk har att uppvisa än den mekaniska fortplantningen av glosor och regler och av ett lass ofruktbar bokkunskap… (de är sjunkna) i den dödens dvala, som nödvändigt följer av ett ensartat, andligen förstörande skolväsen beräknat efter examen.

Grundtvig föreslog att ett nytt och ”fritt” nordiskt universitet i Göteborg skulle ersätta de fyra gamla universiteten i Köpenhamn, Uppsala, Lund och Kristiania. I en dikt såg han detta nya som ett ”Himmelsbjerg” och som ett ”et Oxford magelöst” som ”Odin selv har bygget” (Citerat efter Weibull, 1941, ss. 7–8).

Dessa revolutionära idéer lanserades ju redan på den tid skråväsendet ännu fanns kvar och den akademiska världen hade sin representation i prästeståndet. Det krävdes näringsfrihet, skandinavism och ett par kulturidealistiska handlingsmänniskor för att Grundtvigs frön skulle slå rot i Göteborg. Domprosten Peter Wieselgren tog initiativ till att folkbildande föreläsningar i olika ämnen och i Grundtvigs anda kom igång 1858 i *Vetenskaps och vitterhetssamhällets* regi.

När *Handelstidningens* redaktör SA Hedlund tog initiativ till *Göteborgs Museum* 1861 ingick det i intendenternas tjänsteplikter att de skulle hålla populära föreläsningar. Museet skulle också på ett pedagogiskt sätt spegla Göteborgs näringsliv och vara integrerat i en kommande fri akademi som också skulle rymma ekonomiska ämnen. Akademin skulle vara examensfri. Hedlund såg nämligen examina och den akademiska titulaturen som ”skråprivilegier för de lärde”. Han framhöll särskilt att föreläsningarna också borde riktas till kvinnor. Fredrika Bremer skickade telegram:

Heder och tack!
Leve Göteborgs Fria akademi!

Staden var vid denna tid inne i en stark expansion av industri och handel. Den nya *Skandinaviska Banken*, Sveriges första affärsbank, och det stora nationalekonomimötet i maj 1863, bidrog till optimismen. Stadens politiska och ekonomiska makthavare blev i och med representationsreformen i stort de samma. De hade en stark tro på de nya associationerna och på en koppling mellan vetenskap, offentlig diskussion och samhällelig praxis. Av Göteborgs stadsfullmäktigeledamöter kom åren 1863 till 1912 nästan hälften från handel, bank- och samfärdsel. Motsvarande andel i Stockholm var drygt en fjärdedel. För jurister, ämbetsmän, lärare, präster, militärer och sjukvårdspersonal var motsvarande siffror 32 procent respektive 44 procent (Nilsson,1989, s. 185, Gunnarsson, 1988, s. 79).

1864 tillsatte magistraten en kommitté som skulle ge förslag till hur de populära föreläsningarna skulle ges fastare form. Den skrev i sitt utlåtande:

… att det för en stad som Göteborg med övervägande industriella intressen och strävanden skulle vara av synnerlig nytta och vikt, att allmänheten erhölle tillfälle till åhörande av offentliga föredrag på såväl den allmänna bildningens som de särskilda vetenskapernas fält. Den ekonomiska verksamheten får härigenom en högre lyftning (Citerat efter Weibull, 1941, s. 14–15).

Efter några större donationer beslöt stadsfullmäktige 1871 att inrätta *Göteborgs undervisningsfond* med ansvar för att ge föreläsningsverksamheten stadga genom fast anställda föreläsare. En av dem var Hedlunds vän och kollega på *Handelstidningen* Viktor Rydberg, som uttryckte sin positiva förvåning över hur stor publik föreläsningarna fick.

Men Hedlund var inte nöjd, han ville fortfarande ha sin fria ekonomi. Stadsfullmäktige tillsatte 1885 en beredning med honom som ordförande. Dess betänkande 1886 gick i huvudsak på hans friakademiska linje. Bland annat föreslogs att professorer skulle tillsättas för kort tid samt att utbildningen skulle vara examensfri. Men i stadsfullmäktige fanns också andra idéer. Göteborgspostens Fredrik Åkerblom ville ha en ”högre merkantil bildning” i stället för en fri

akademi. Ett av hans argument i stadsfullmäktiges debatt var att mest kvinnor gick på de av Hedlund inspirerade föreläsningarna och att detta visade att den fria akademin:

… inte ger utdelning på kunskapsaktierna utöver fruntimmerskonversationens område.

GOTEBORGS HOGSKOLA. STEFFEN.

Stadsfullmäktige beslöt att tillsatta en ny beredning där Hedlunds motståndare med Åkerblom i spetsen fanns med. Men innan den hunnit lägga sina förslag hade andra kraftfulla aktörer trätt in på banan. Det var generaldirektören i fångvårdsstyrelsen Sigfrid Wieselgren och bankiren Oscar Ekman som hade lyckats övertala David Carnegie att donera hela 500 000 kronor till en högskola organiserad efter samma grundprinciper som universiteten. Förslaget kan ses som en kompromiss mellan Hedlunds fria akademi och Åkerbloms handelshögskola.

Wieselgren argumenterade för det nya förslaget i ett brev till Hedlund:

Mitt prosaiska sinne ser hellre en strävsam, i vanliga bildningsämnen studerande yngligaflock, ledd av samvetsgranna, ehuru alls icke glänsande lärarkrafter, än en och annan celeber man i ett och annat alls icke där på sin plats varande vetenskapligt ämne, vars studium ännu icke fordras av det allmänna bildningsintresset (Citerat efter Weibull, 1941, s. 41–42).

Både Hedlund och Åkerblom fick maka åt sig. Beslutet togs i bred enighet. Höstterminen 1891 började högskolan sin verksamhet. Motsättningen mellan det som Lindberg och Nilsson i *Göteborgs Universitets Historia* kallar det ”merkantila spåret” och det ”friakademiska spåret” levde dock vidare. Professorerna var inte bara skyldiga att meddela undervisning och handledning åt högskolans studenter utan också enligt stadgan:

… hålla offentliga föreläsningar i en form som gjorde dem tillgängliga för den bildade allmänheten.

De första sju professurerna kom i humanistiska ämnen. Det merkantila spårets vänner var självfallet inte nöjda med det. Även SA Hedlund hade för övrigt förordat nationalekonomi som ett av högskolans ämnen. Hans brorson och efterträdare på *Handelstidningen* Henrik Hedlund och litteraturhistorikern Karl Warburg lyckades övertala grosshandlaren August Röhss att ge pengar till tre nya professurer vid högskolan varav en i nationalekonomi och sociologi. Warburg lär ha varit den som fick igenom sociologi i ämnesrubriken. Syftet lär ha varit att utestänga Gustaf Cassel från konkurrensen. Den första professuren i nationalekonomi och sociologi gick till Gustaf Steffen (Lindberg & Nilsson: del I, 1996, s. 56).

Vem var då denne Steffen? Som ung var han glödande revolutionär socialist. Så här skrev han hem från Tyskland i ett brev till Fredrik Sterky:

Vår socialdemokratiska agitation skall förbereda den svenska underklassen på det ögonblick, då revolutionens timme slår för den europeiskt civiliserade mänskligheten, jag tror nämligen ej på någon fredlig öfvergång,

Under en tid i England hade han kontakt med anarkisten Krapotkin och rapporterade entusiastiskt hem om idéer som inte likt ”autoritetssocialisterna” tar sin tillflykt till ”metafysiska begrepp” som statens plikter, naturlig rätt etc.” … utan som tvärtom ”... följer den ”moderna evolutionsfilosofiens väg”. Steffen citerade Krapotkin:

Uti ett samhälle, som är grundadt på fri kooperation… måste … människornas sociala, altruistiska drifter vinna en hittills okänd utveckling.

År 1888 kastade sig Steffen också in i den pågående svenska könsdebatten. I uppsatsen ”Kvinnofrågan och sedlighet” i tidskriften *Framåt* angrep han den borgerliga dubbelmoralen med dess legitimerat sedliga bärerskor av familjearvet och dess köpta kärlek utanför äktenskapet samt hyllade

han den framtida proletärt kommunistiska könsmoralen.

I Tyskland studerade han politisk ekonomi för Adolph Wagner och Gustav Schmoller, ledande representanter för den ”historiska skolan”, en historiskt och empiriskt inriktad politisk ekonomi, ideologiskt hemmahörande i gränslandet mellan konservatism och statssocialism. Under ett troligt inflytande från dem och från fabianerna i England rörde sig Steffen som så många andra socialister i hans generation i riktning mot en mer idealistisk och reformistisk socialism. Han rapporterade hem om sina intryck till främst Sterky och till Axel Danielsson på tidningen *Arbetet*. Samtidigt var han korrespondent för Handelstidningen och hade kontakt med SA Hedlund.

I *Lönearbetaren och Samhället* från 1890 gjorde han upp med både marxistiska, anarkistiska och manchesterliberala ytterligheter. Marxismen såg han där som en lära för den ”trånga arbetarsocialismen” under det ”primitiva stadiet” då socialismen hade ledare som var ”agitatorer” och enbart ”bittra fiender i högre klasser”. Nu hade socialismen framträtt ”i en mer mogen form”, som utmärktes av att arbetarledarna var ”samhällsforskare eller politiker”.

Som så många andra socialister vid denna tid påverkades Steffen av den framväxande ekonomiska marginalismen (Lönnroth, 1995). Via främst prästen Philip Wicksteed mötte han det han kallade ”jevonismen”. En ny entusiastisk rapport skickades hem:

Vi hafva här blott att göra med teorin om de ekonomiska förhållanden som äro, ej med teorin om dem som borde vara...

Steffens ideologi låg någon stans i gränslandet mellan social liberalism och det Eli Heckscher kallade ”katedersocialism” (i talet på *Nationalekonomiska Föreningens* 75-årsjubileumsfest 1952). Det gjorde honom till en tämligen idealisk företrädare för det friakademiska spåret i Göteborg. I en artikel 1903 i *Ekonomisk Tidskrift* definierade han det nya universitetsämnet. Han betonade nödvändigheten av ämnets sociologiska aspekter, hyllade främst den tyska historiska skolan som förebilder och kallade Gustav Schmoller för ”kanske den sociologiskt djupsinnigaste nu lefvande nationalekonomen”. Den nationalekonomiska vetenskapen måste vara historisk och nationell. Steffen varnade också för en ensidig betoning av det teoretiska och för ett överdrivet användande av matematik (Engström, 2003, s. 11).

Kritiken mot överteoretisering var inte explicit riktad mot professorskollegan Wicksell i Lund. Men i en ny ämnesdefinierande uppsats i *Ekonomisk Tidskrift*, denna gång om ämnets syn på handelsteori och handelspolitik, antydde Steffen att Wicksell hörde till de nationalekonomer som felaktigt blandar ihop produktion och distribution och som behandlar handelspolitiken ”privatekonomiskt” mer än nationalekonomiskt.

Steffen var överens med Sombart om behovet av en ”objektiv metod”: ”Den rena ekonomiska människonaturen – ’the economic man’ – är en fiktion.” Man måste se kapitalismen ”historiskt och etnografiskt”. Men Steffen kunde inte förstå varför Sombart försvarade arbetsvärdeläran. Han måste mena att den inte är någon ”riktig värdeteori”, vilket skapar ”konfusion”. Arbetsvärdeteorien är ”materiellt falsk”. Det finns därmed inte heller någon motsättning mellan Sombarts krav på ”objektivism” och den ”subjektivistiska utilitets- eller gränsnytteskolan”.

Som kurslitteratur använde Steffen sina egna *Sociala Studier*, som utkom i sju häften åren 1905 till 1912. I häfte två tog han upp samhällsforskningens och den nationalekonomiska utbildningens uppgift. Den var att öka medvetandet om samhället som ett ”själstillstånd” och om alla klassers inklusive motpartens ”oumbärlighet för samhället” och därmed dämpa den ”bittra fejden mellan klassintressen med blind klasssegoism”. Samhällsvetenskapen måste få detta medvetande att tränga ned i skol-

systemet. Detta är en viktigare uppgift än den snäva yrkesutbildningen:

Den bildning, som det åligger skolan att bibringa bör varken vara 'klassisk' eller 'naturvetenskaplig' eller 'praktiskt yrkesmässig', utan 'allmänt medborgerlig'. Den skall vara modärnt humanistisk och samhällsvetenskaplig på en gång.

Steffens syn på sitt ämne kan också utläsas av övrig kurslitteratur. För betyget godkänd krävdes, utöver *Sociala Studier,* Gides *Nationalekonomiens grunddrag*, Wicksells *Föreläsningar*, Conrads *Nationalkonomie und Statistik* och Sundbergs *Det Ekonomiska Samhällslifvet*. För Med Beröm Godkänd fordrades därutöver en mindre uppsats samt 17 övriga större verk, bl. a. Marshalls *Principles of Economics*, Böhm Bawerks *Positive Theorie des Kapitals* och makarna Webbs *Industrial Democracy*. För betyget Berömlig fordrades därutöver en ny uppsats samt ett 20-tal verk, bl. a. Smiths *Wealth of Nations*, Malthus *Population*, Ricardos *Principles* samt arbeten av Jevons, Cournot och Schmoller. Marx fanns inte med på kurslistan.

I studieanvisningarna angav Steffen att ämnet med fördel kunde läsas ihop med historia, statskunskap, geografi och etnografi. Om man jämför med nationalekonomiämnet i Lund, Stockholm och Uppsala var Steffens kurser bredare och de hade en starkare betoning av sociologi, statistik och den politiska ekonomins klassiska verk.

Historien om Steffen som socialdemokratisk riksdagsman, om uteslutningen ur partiet på grund av tysksympatier, om hur han togs till nåder och blev huvudansvarig för den stora socialiseringsutredningen, skall inte berättas här. Hans breda ämnesdefinition sågs som alltmer föråldrad i takt med att den neoklassiska teorin slog igenom. Han föreläste om socialismen, men mest tycks han ha undervisat genom privata samtal och seminarier hemma i bostaden. Per Nyström, som läste för Steffen 1923–24, berättade att han gick hem till Steffen för att få råd. Han rekommenderades *Sociala Studier* och den brittiske arbetarledaren Ramsey Macdonalds bok *Socialismen.*

HANDELSHOGSKOLAN. INKOMPETENSFORKLARINGEN AV HELANDER.

I Stockholm började Oscar Wallenberg med flera vid förrförra sekelskiftet driva frågan om att inrätta en handelshögskola där. Henrik Hedlund föreslog som motdrag i *Handelstidningen* att man skulle inrätta en "fri handelsfakultet" vid Göteborgs Högskola där alla – studenter och allmänhet – skulle undervisas tillsammans. Som fördel med Göteborg angav han den starka kopplingen mellan ekonomi och humaniora i högskolan.

Ett villkor i donationen var att de Rhössska professorerna inte bara skulle föreläsa utanför högskolan utan också medverka vid undervisningen i en eventuell framtida blivande handelshögskola. Steffen höll ett antal sådana föreläsningar. Men de som höll fast vid det merkantila spåret kunde rimligen inte vara nöjda med hans breda ämnesdefinition. De fortsatte verka för en mer praktiskt inriktad utbildning i ekonomi och handel. År 1905 fick de i samarbete med högskolan igång en fortsättningskurs på högskolenivå för Göteborgs handelsinstituts tidigare elever (Engström, 2003, s. 11).

Den Röhsska professuren i geografi och etnografi innehades av den berömde upptäcktsresaren Otto Nordenskjöld, en handlingens man som passade väl in i den göteborgska betoningen av praktiska inslag i utbildningen. Han ledde en av stadsfullmäktige tillsatt kommitté som skulle förbereda frågan om en handelshögskola. Ett förslag lades om att handelshögskolan i Göteborg skulle inrikta sig på praktisk utbildning riktad till handelsområdet. På detta sätt skulle skolan profileras i förhållande till den planerade motsvarigheten i Stockholm som tycktes bli mer inriktad på industri och banker (Alvstam, 2003, s. 97–98).

Stockholm fick sin skola 1909. Göteborg hade ännu en gång förbigåtts. Under åren fram till krigsutbrottet var det inte läge att

driva nya civila kostnadskrävande projekt. Men efter en donation 1915 på 40 000 kronor av Johan Ekman till *Handelskammaren* i Göteborg kunde en mer praktiskt inriktad kvällskurs om ekonomi och handel på högskolenivå ges en fastare form. Den i Tyskland disputerade nationalekonomen Sven Helander förordnades som kursföreståndare. Samtidigt blev denne utnämnd till docent vid Göteborgs Högskola.

Helander var född 1889, men hade trots sin ungdom en omfattande produktion bakom sig. Trots att han ju förväntades profilera sig mer längs det merkantila spåret än Steffen hade båda i själva verket ganska lika åsikter om hur undervisning och forskning om ekonomi och handel skulle bedrivas. Även ideologiskt stod de båda varandra nära. Ta till exempel Helanders definition av socialism i en text i *Vår moderna Handel* från 1920:

> ***Om termen socialism tillåtes, så är detta en organisation, där de privata företagen existera, men genom sina egna, fast utbyggda organisationer samarbetande med staten, som i sin tur verksamt understödjer det ekonomiska livets högsta rationella utbyggnad (citerat efter Engström, 2003, s. 87).***

Vid krigsslutet gjordes nya framstötar för att de av Helander ledda kurserna skulle byggas ut till en reguljär handelshögskola. Vid tidigare diskussioner hade socialdemokratin, som nu var största parti i stadsfullmäktige, tvekat om att satsa pengar på ett projekt som var så förknippat med det borgerliga Göteborg. Men nu var man ett etablerat parti som samarbetade med andra i nationens och stadens intresse. Dessutom var ju stadens ledande nationalekonom (före detta, men snart till nåder tagen) partimedlem. Under allmän enighet beslöts 1919 att hela utdelningen från August Röhss' fond det året skulle gå till Handelskammaren som grundplåt för en handelshögskola.

Frågan var nu om man skulle kunna få kvalificerade befattningshavare på den nya skolan i konkurrensen främst med den nu väletablerade motsvarigheten i Stockholm. Det gällde inte minst den professur i nationalekonomi som utlysts. Tre kandidater ammälde sig som sökande: Docenterna Sven Helander och Arthur Montgomery samt filosofie doktorn Gunnar Westin Silverstolpe.

Man lyckades värva fyra högt kvalificerade sakkunniga: Sven Brisman, Eli Heckscher, Emil Sommarin och Gustaf Steffen. Att alla fyra hade en mer praktisk och pedagogisk inriktning jämfört med de ledande ”teoretikerna” Wicksell och Cassel säger troligen något om vilken sorts professor man ville ha. Att Brisman och Heckscher hade borgerlig profil medan Sommarin och Steffen var socialdemokrater gav också god politisk balans.

De fyra sakkunnigutlåtandena blev en diger lunta. Brisman, Heckscher och Sommarin satte Silverstolpe som etta före Montgomery och förklarade dessa båda vara professorskompetenta. Brisman och Heckscher förklarade Helander inkompetent medan Sommarin ansåg honom vara ”med tvekan kompetent”. Steffen satte tvärtom Helander som etta före Silverstolpe och förklarade Montgomery inkompetent. Bedömningen av Helander säger en del om vilken riktning svensk nationalekonomi nu skulle ta. Därför skall jag gå in lite närmare på hur de sakkunniga kunde komma till så olika resultat.

Brisman inkompetensförklarade Helander för att denne till stor del ägnat sig åt den ”ekonomiska sociologin”, som behandlar ”icke ekonomiska motiv” för handlandet och för att han använt oklara begrepp som ”ekonomisk makt”, ”ekonomisk sed” samt för den tyska skolan typiska begrepp som ”folkuppfostran” och ”karaktärsstyrka”. Hans arbeten var ”… uttryck för en riktning inom den tyska nationalekonomin”, som givit sig in på ”ofruktbar mark” med ”vetenskapligt otillfredsställande” metoder. Så trots hans ”obegränsade litterära produktivitet” så saknade han den för en professor i nationalekonomi nödvändiga ”tanke- och omdömesförmågan.”

Heckscher argumenterade på ungefär samma sätt: Helanders arbeten hade sina förtjänster, men de avslöjade också ”den uppenbara okunskapen med ekonomisk teori och ekonomiska lagar”. De av Helander använda begreppen ”kapitalism” och ”kapitalistisk” var oklara och ovetenskapliga. Begreppet ”ekonomisk makt”, som Helander definierade som ”att kunna tvinga en person till en ekonomisk handling” och som exemplifierades med ”arbetsanställningen före fackföreningarnas tid” och med ”människornas underkastelse under modets växlingar” kunde enligt Heckscher inte ”… leda fram till något väsentligt värde för den ekonomiska forskningen.” I utlåtandet nämndes också negativa utlåtanden från etablerade filosofer.

Steffen hade en radikalt annorlunda bedömning. Hans omfattande utlåtande, enbart åt Helanders texter användes 67 sidor, var i grunden positivt. Helanders mer sociologiska och historiska inriktning var bevis för Helanders större bredd. Användandet av begrepp som kapitalism, ekonomisk makt och folkuppfostran visade på större vetenskapligt djup.

För Steffen var också en text av Helander om Marx och Hegel, som avfärdats av de andra som liggande utanför ämnet, klart meriterande och Steffen gav den en utförlig och i huvudsak instämmande presentation: Hegel hade två värdeteorier, en för ”das abstrakte Recht ” och en för ”die bürgerliche Gesellschaft.” Marx tog över detta synsätt, detta måste man förstå för att kunna fatta förenligheten mellan den ”abstrakt objektiva” marxistiska värdeläran och den subjektiva marginalistiska värdeläran. Steffen refererade också Helanders kritik mot gränsnytteteorin för att bygga på ”ohistoriska Robinsonader”. Steffen sammmanfattade:

Helanders tankar och formuleringar äro icke alltid lättfattliga, under det att enkelhet och klarhet ofta utmärka Silverstolpes. … Å andra sidan finner jag hos Helander en avgjort större benägenhet att tränga ned på djupet… Silverstolpe har genomgående ett något lättare handlag, som väl icke i regel slår över i ytlighet … men stundom går han förbi de svåraste, eventuellt farligt förbryllande frågeställningarna. Silverstolpes vetenskapliga kynne förefaller såtillvida att vara i någon mån av den praktiska engelska typen.

FOLKBILDAREN SILVERSTOLPE

Styrelsen för Handelshögskolan i Göteborg föreslog Silverstolpe till tjänsten. I två långa inlagor med bifogade utlåtanden från Werner Sombart i Berlin och ett privatbrev från Helander till Sommarin, överklagade Helander beslutet. Han hävdade att Brisman, Heckscher och Sommarin inte förstått vad han skrivit. Heckscher anklagades också för att allmänt vara emot modern tysk nationalekonomi och när denne hänvisade till ”filosoferna” menade han Axel Hägerström, med vilken Helander varit i skarp polemik och som därmed var starkt partisk.

Helanders klagan avslogs och Silverstolpe utsågs definitivt. Därmed kan man säga att både marxismen och den historiska skolan definierats ut från svensk nationalekonomi. Men inte heller Silverstolpe passade in i den huvudfåra som nu tagit över i Uppsala, Lund och Stockholm. Egentligen är det något av en paradox att just han skulle få denna första befattning på den skola som det praktiska ekonomiska livets män hade kämpat så länge för gentemot de friakademiska idealisterna. Det är nämligen svårt att tänka sig en bättre företrädare för det Hedlundska folkbildaridealet än Silverstolpe.

Jag skall här fatta mig kort om Silverstolpes åtta år i Göteborg. Alla de sakkunniga hade framhållit hans pedagogiska skicklighet. Hans mest kända text är det lilla häftet *Nationalekonomi för alla*, som kom ut på KF:s förlag i tretton upplagor mellan 1922 och 1950. Låt mig här ta fram ett stilprov: Silverstolpe förklarar följderna av valutakursernas växlingar:

När Demsey boxades med Carpentier 1921 hade amerikanen vunnit matchen men fransmannen fått mer betalt. Förklaringen var att Carpentiers 200 000 dollar omräknat i franc

hade fått större köpkraft än Dempseys 300 000 dollar i USA eftersom dollarkursen mot francen stigit mer än vad som motsvarade skillnaden i inflationstakt sedan guldmyntfotens försvinnande 1914.

Läroboken recenserades av Ernst Wigforss, som för övrigt var lektor i svenska och historia på Latingymnasiet i Göteborg på 1920-talet: Läroboken ”är en synnerligen lämplig första inledning till ett studium av de nationalekonomiska frågorna”. Boken är lättfattlig och därmed är det… ”liten risk att man vänder sig bort i missmod från... ett studium, som tycks … vara en tummelplats för lärda teoretiker och deras hårklyverier, där vanligt folk ingenting har att skaffa.”. Det enda Wigforss var rejält missnöjd med var behandlingen av Karl Marx: Det verkar vara en ”ren misskrivning” när Marx ”utrangeras ur nationalekonomernas aktade samfund.”

Först hösten 1923 tog den nya handelshögskolan emot sina första reguljära studenter. Jämfört med Stockholm kom nationalekonomin att spela en underordnad roll i förhållandena till företagsekonomin. En orsak var att Silverstolpes hjärta klappade mer för folkbildning än för vetenskap. Enligt skolans första verksamhetsberättelse ägnade Silverstolpe på hösten 1923 lika många timmar åt handelshögskolans öppna kvällskurser som åt den reguljära undervisningen för intagna studenter. Att han själv tyckte att de teoretiska delarna var svåra att lära ut framgår av att han skrev så här i årsberättelsen, förmodligen, som Alvstam skriver, ”på förekommen anledning”:

Det är sant att nybörjaren finner många delar av den teoretiska nationalekonomien svårbegripliga och endast långsamt lär sig att tillämpa de teoretiska abstraktionerna på det ekonomiska livets företeelser, men utan stödet av en grundläggande begreppsdefinition bli studierna i nationalekonomi till ringa nytta (Citerat efter Alvstam, 2003, s. 105).

Silverstolpe höll också kvällsföreläsningar på *Kontoristföreningen*, för *Göteborgs Handelsbiträdesförening*, på *ABF: s universitetscirkel* och på *Liberala Sommarskolan i Göteborg* för att ta några exempel. Han spände över vida fält. Föreläsningarna hade rubriker som: *Återbetalning av de tyska krigsskulderna*, *Marx och Lenin*, *Kriget, Freden och Folkets Välstånd Truster och karteller* och *Demokratiserad Kapitalbildning* för att ta några ur högen. Han medarbetade också flitigt i *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*. Senare var han en flitig röst i radion.

I april 1932 hemställde Silverstolpe om avsked från professuren, en ovanlig åtgärd i Sveriges akademiska liv. Han ville ha mer tid för föreningsliv, folkbildning och populärvetenskapligt författarskap.

NYVÄNSTERN OCH GÖTEBORGSSKOLANS ÅTERKOMST

När Steffen dog 1929 och Silverstolpes försvann förlorade den göteborgska ekonomiutbildningen sina särdrag. Steffen efterträddes av Gustaf Åkerman som saknade sociologisk meritering. Därmed blev sociologin hemlös tills Gunnar Aspelin sög upp den i den praktiska filosofin i slutet av 30-talet. När Ivar Sundbom efterträdde Åkerman 1953 togs sociologin också bort ur ämnesrubriken. (En professur i sociologi inrättades i Göteborg först 1960.)

Silverstolpe efterträddes av Erik Lindahl. Det i handelshögskolans årsberättelser tydligaste avtrycket av detta är att de fristående handelshögskolekurserna i nationalekonomi försvann. Ämnet trängdes tillbaka och så småningom tappade det ställningen som ett av huvudämnena. Lindahl fick litet utrymme både i undervisningen och mätt i lokalyta. En positiv sida av detta kan dock kanske vara att han lär ha fått tid att skriva det som brukar betraktas som Stockholmsskolans ledande arbete *Studies in the Theory of Money and Capital* under sin tid i Göteborg (Engström, 2003, s. 89).

Under 1960-talet hade universitetets (högskolan blev universitet 1954) nationalekonomiska institution bara två kortvariga

innehavare av professuren: Hugo Hegeland vikarierade en tid för Börje Kragh, som fick professuren, men aldrig tillträdde den. Roland Artle pendlade i tre år mellan Göteborg och hemmet i Berkeley. På handelshögskolan levde ämnet ett om möjligt ännu mer undanskymt liv än tidigare. När Artle definitivt återvände till USA i slutet av 60-talet levde vi i praktiken i ett professorslöst tillstånd (jag skriver ”vi”, för Artle hade 1967 värvat mig som lärare från den matematiska institutionen).

I Göteborgs universitets officiella universitetshistorik skriver man om 1970-talet att:

… den nationalekonomiska institutionen kom att präglas av starka ideologiska motsättningar. En grupp studenter och lärare framträdde med en stark övertygelse om att nationalekonomin kan användas för att ge en mer grundläggande total förståelse av samhället. Flera av dem hade en marxistisk inriktning (Lindberg & Nilsson: del II,1996, s.178).

Visst var flera av oss påverkade av Marx. Men vi återknöt också till den bredare ämnestraditionen från SA Hedlunds och Gustaf Steffens dagar. Visserligen innebar 1980- och 90-talen med dess kärvare arbetsmarknad och skärpta krav på studietakt och internationell jämförbarhet en viss återgång till huvudfårans nationalekonomi. Men än i dag präglas den göteborgska nationalekonomin av en bredare ämnestradition än genomsnittligt. En stor del av doktorsavhandlingarna är inriktade på miljöekonomi. De ”icke ekonomiska motiv”, som i sakkunnigutlåtandet om Helander definierades ut som liggande utanför ämnet, är nu fullt accepterade under nya begrepp som ”tillit” eller ”socialt kapital”. Nästan allt det ”Göteborgsskolan” stod för har med andra ord kommit tillbaka.

REFERENSER

Alvstam, C. G. (2003) ”Otto Nordenskjöld som handelshögskoleman och ekonomgeograf”. I *Bland akademiska pionjärer och stordonatorer* (red. K. E. Gustafsson) ss. 95–110. Handelshögskolan vid Göteborgs universitet i samband med skolans 80-årsjubileum.

Berglund, H. & Grönfors, K. (1977) *Handelshögskolan i Göteborg 1923 – 71*. Handelshögskolan i Göteborg.

Engström, C-G. (2003) ”Ursprung, tillkomst och framväxt”. I *Bland akademiska pionjärer och stordonatorer* (red. K. E. Gustafsson) ss. 7–94. Handelshögskolan vid Göteborgs universitet i samband med skolans 80-årsjubileum.

Gunnarsson, E. (1988) *Från Hansa till handelshögskola – Svensk ekonomundervisning fram till 1909.* Uppsala.

Handelshögskolan i Göteborg. *Årsberättelser.*

Lindberg B. & Nilsson I. (1996)
Göteborgs Universitets Historia
Del I och II. Göteborgs Universitet.

Lönnroth, J. (1995) “Swedish Model Market Socialism” in *Socialism and Marginalism in Economics* (ed Ian Steedman), ss 102–115. Routledge.

Lönnroth, J. (1998) ”Den marxistiska ekonomilärans nederlag i Sverige”. I *Samhällsvetenskap – Ekonomi – Histori,* ss 145–175 Festskrift till Lars Herlitz 60 år. Daidalos.

Lönnroth, J. (1998) ”Gustaf Steffen”. In *European Economists of the Early 20th Century* (ed. W. J. Samuels). Vol I. ss. 263–282. Edward Elgar.

Lönnroth, J. (2003) ”Gunnar Westin Silverstolpe – folkbildare, poet och naivistisk nationalekonom” sid 129–168 I *Bland akademiska pionjärer och stordonatorer* (red. K. E. Gustafsson) ss. 120–168. Handelshögskolan vid Göteborgs universitet i samband med skolans 80-årsjubileum.

Nilsson, G. B. (1989) *André Oscar Wallenberg, del II: Gyllene Tider 1856–1866*. Norstedts

Weibull, C. (1941) ”Göteborgs Högskola – Dess förhistoria och uppkomst” i *Göteborgs Högskolas årsskrift*: Band 47: Nr. 1.

KARI NARS*
EKONOMIE DOKTOR, POLITICES LICENTIAT

Artikeln behandlar bl.a. lyckofilosofin, den moderna lyckoforskningen och sambandet mellan pengar och lycka. Pengarnas psykologi och olika länders lyckonivå analyseras, liksom lyckans och livstillfredsställelsens natur och de faktorer som gör folk lyckliga. I Finland är lyckans fem-i-topp ett bra familjeliv, god hälsa, vänner, kärleken och en trygg utkomst, medan goda inkomster och förmögenhet noteras lågt. Artikeln diskuterar varför de rika inte är avsevärt lyckligare än andra, och varför BNP är en bristfällig mätare av en nations lycklighetsgrad. Inkomsthöjningarnas lycko-effekt marginaliseras efter en viss inkomstnivå, och detsamma gäller överkonsumtionen och olika socialpolitiska satsningar, på grund av människornas omättliga behov. I ett allt hårdare globalt konkurrensklimat blir det sannolikt svårare att upprätthålla samhällslyckan, då den ingrodda välfärdskulturen kolliderar med de bistra kraven på anpassning.

Den moderna lyckoforskningen och pengarnas roll

Den ekonomiska teorin, den ekonomiska politiken och näringslivets och fackföreningarnas agerande i västländerna har länge givit ett rungande bifall för tanken att mer pengar gör människan lyckligare. Men fastän realinkomsterna i Finland nu i genomsnitt är c. 12 gånger högre än för 100 år sedan, är den rapporterade lyckokänslan lägre än på tidigt 1980-tal. Mer pengar har köpt allt mindre lycka.

Vad beror denna märkliga paradox på? Personligen tror jag att några brännande frågor i våra välfärdsamhällen är:

Varför har årtionden av rekordartade inkomstökningar och socialpolitiskt stöd inte gjort människorna desto lyckligare?

Varför frodas så mycket "negativer" mitt i överflödet: stress, burnout, familjelivets försvagning, depression, arbetslöshet, skilsmässor, politiskt illamående och självmord?

Lever finländarna nu på toppen av ett lyckans isberg, som kommer att smälta i konkurrenssamhällets hetluft? Står vi rentav inför en lyckans katastrof?

LYCKOFORSKNINGEN STIGER FRAM

Lyckan har fått en styvmoderlig behandling inom den ekonomiska vetenskapen, som i stor utsträckning inriktats på att undersöka ekonomisk effektivitet i en omgivning med knappa resurser. Den hårda sifferbaserade ekonomiska statistiken kan och vill inte registrera människors lycka och inte heller andra subjektiva känslor och njutningar. Knappt utan att ett enda skott avfyrades överlät nationalekonomerna på 1940-talet den empiriska lyckoforskningen till psykologerna och sociologerna. Men intresset för att studera lyckan har småningom aktualiserats också bland nationalekonomerna,

* *Advisor, Council of Europé Development Bank, Paris.*

eftersom slutmålet för all ekonomisk politik ju borde vara att främja medborgarnas lycka (vilket tidigare inom den ekonomiska teorin täcktes av begreppet maximering av ”nyttan”, som dock är ett något annorlunda begrepp).

Den rätt nytillkomna lyckoforskningen baserar sig på flera vetenskapsgrenar, förutom ekonomi också sociologi, psykologi och filosofi. Definitioner av lyckan har utvecklats bl.a. av nationalekonomen Moses Abramovitz från Stanford University år 1958, psykosociologen H. Cantril år 1965 och senare av ekonomerna Tibor Scitovsky och Richard Easterlin från University of California, för att bara nämna några få. I slutet av 1990-talet började också en del andra nationalekonomer utomlands, speciellt i USA, England och Nederländerna, på allvar intressera sig för lyckoanalys.

Lyckoforskningens värdefullaste bidrag tillsvidare har varit att väcka ett livligare intresse för ett av de viktigaste målen i människans liv. Det har lett till en mera inträngande analys av människornas dominerande livsstilsmönster inom marknadsekonomierna. Samtidigt har lyckoforskningen klarare belyst medborgarnas och politikernas alternativ för framtiden.

LYCKOFILOSOFINS FÖDSEL

Upplysningstidens främsta lyckofilosof var engelsmannen Jeremy Bentham, som utvecklade principen om lyckan till en moralfilosofi. Han hävdade att frågan om handlingar är riktiga eller oriktiga skulle bedömas enbart efter deras konsekvenser, och att till exempel motiven är irrelevanta. Man skall maximera lusten över olusten eller minimera olusten i förhållande till lusten, och alla lagar och handlingar borde ha som mål att producera största möjliga lycka. Det var Benthams princip om den högsta lyckan (*Greatest Happiness Principle*). Till denna dag har Benthams tankar som en del av *utilitarismen* varit en ledstjärna för västländernas samhällspolitik.

Tanken om att förbättra människans jordiska lott, hennes lycka, levde stark under 1700-talet, både bland upplysningstidens tänkare och också inom kristna kretsar på båda sidor om Atlanten. Lyckans begrepp blev en självklar sanning. Men själva grundidén om att nationella institutioner förväntades främja lyckan – och att folk kunde förvänta sig att uppleva lyckan *i detta liv och inte först i ett ovanjordiskt liv* – var en otrolig nyhet.

Benthams filosofi gav impulsen till John Stuart Mills hela livsverk. Han utvecklade teser om lyckan och ansåg att moralens grundprincip är lyckan. Också Förenta Staternas grundläggare i slutet av 1700-talet, James Madison och Thomas Jefferson, påverkades av upplysningsfilosoferna. De introducerade i USA:s självständighetsförklaring år 1776 som en självklar sanning att *strävan efter lycka är en ofrånkomlig rättighet för människan, jämförbar med liv och frihet*. Över tvåhundra år senare, år 1988, proklamerade kungen av Bhutan att nationens mål är att upprätthålla en hög *bruttonationallycka*.

Österbottningen Anders Chydenius var som tänkare långt före sin tid, både som en kyrkans man, politiker, nationalekonom och filosof. Chydenius hade klara åsikter om lyckans väsen. Han var övertygad om att det var Guds avsikt att bereda människan även världslig lycka, som skulle uppnås genom sunt förnuft och hörsamhet mot Gud. I sina skrifter om samhällsfrågor återkom han ofta till tanken att det är naturligt och tillåtet att söka världslig lycka, ja det är rentav ”ett av människonaturens centrala strävanden och ett motiv för våra vidare handlingar”.

Enligt Friedrich Nietzsche behöver människan i sitt sökande efter lycka främst nya utmaningar, nytt motstånd som måste övervinnas. Människan, och också djuren, vill framför allt *öka sin makt.* Drivna framåt av denna vilja söker de någon eller något som skapar motsättningar, nya problem att lösa, nya världar att upptäcka.

PENGARNAS PSYKOLOGI

Pengarna fungerar som värdemätare, transaktionsmedel och uppbevarare av köpkraft. Pengar är ett uppsamlat lager av gemensamt fullgjort arbete, yrkesskicklighet och erfarenhet, konstaterar Marshall McLuhan. De översätter t.ex. lantbrukarens arbete till herrfrisörens, doktorns, ingenjörens, eller rörmokarens arbete. Samtidigt är pengar handling på avstånd, både i utrymme och i tid. Pengar betraktas av de flesta människor som lever inom de rika marknadsekonomierna som *frusna källor till välbehag och njutning*.

Pengar bildar en länk mellan det förgångna och nuet – och också en länk mellan nuet och framtiden. Pengar ger makt i samhället. I vissa kretsar betraktas pengar som ett index på samhällelig lämplighet eller värdighet, kanske också lycka.

Den tyske nationalekonomen och sociologen Max Weber kallade pengarna för det mest abstrakta och opersonliga element som existerar i människan liv. Georg Simmel ansåg att ”pengarnas fullständiga hjärtlöshet återspeglas i vår sociala kultur, som i sig själv dikteras av pengarna”. Deras kompromisslösa objektivitet tillåter pengarna att fungera som tekniskt perfekta medier för modernt ekonomiskt utbyte, eftersom pengarnas likviditet och delbarhet är gränslösa. Pengarna intar därför rollen som ”en gud bland världens alla nyttigheter”.

Också nationalekonomen Alfred Marshall konstaterade år 1885 att i den värld som människan lever i representerar pengar i form av allmän köpkraft en så överlägsen måttstock för människans motiv att ingenting annat kan tävla med dem. Enligt Arthur Schopenhauer är *pengar abstrakt mänsklig lycka.”* Den som inte längre är kapabel att konkret njuta av mänsklig lycka ägnar sig helt och hållet åt pengar”.

DE LYCKLIGASTE OCH OLYCKLIGASTE LÄNDERNA

Moderna lyckoundersökningar baserar sig på brett upplagda attitydundersökningar med tusentals svarande. De är konstruerade och genomförda på ett helt annat sätt

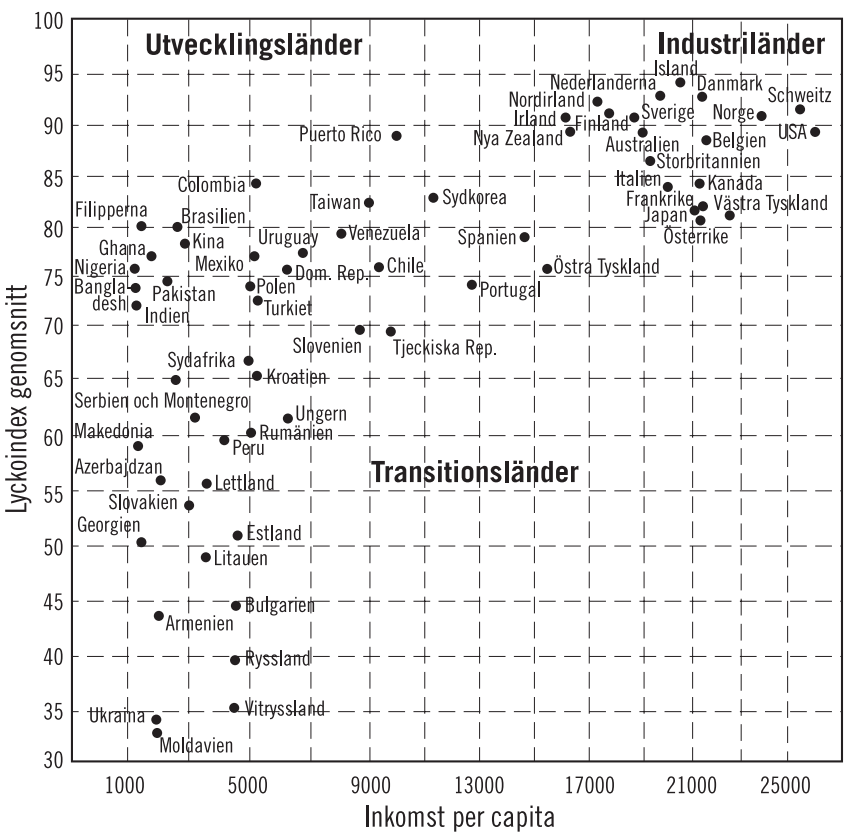
Figur 1. Lyckan i USA 1950 – 1990.

än snabba och ytliga gatugallupar. Lyckan mäts genom att respondenten bedömer hur belåten han/hon är med sitt liv. I lyckoundersökningarna svarar deltagarna på frågor av typen ”Hur lyckligt anser du att ditt liv är nuförtiden: mycket lyckligt, rätt lyckligt, kan inte säga, inte särskilt lyckligt, inte alls lyckligt?”

Svarens hållbarhet har tidvis testats på utomstående genom stickprov, till exempel genom att fråga nära släktingar och vänner hur lyckliga (eller olyckliga) respondenterna i verkligheten är. Forskarna anser att man genom lyckoenkäterna kan få ihop material som uppfyller vetenskapliga kriterier. Lyckoenkäter publiceras regelbundet bland annat genom *World Values Survey*, *World Database of Happiness*, *Eurobarometern och Näringslivets Delegation EVA* i Finland.

En analys av den långfristiga lyckotrenden i USA under perioden 1950 till 1990 visar som framgår av Figur 1 en klart neråtgående trend. Den uppmätta lyckan sjönk med grovt taget en tiondedel samtidigt som den nominella BNP:n per person fördubblades, från 9074 dollar till 18 095 dollar.

Var känner sig folk lyckligast? Enligt World Database of Happiness är den lyckligaste världsdelen Europa. I toppen ligger



Figur 2. Inkomster i dollar och lycka i olika länder. Källa: Ingelhart and Klingemann (2000)

Danmark, Schweiz och Island, av totalt 91 länder. Finland kom in på sjätte plats, med samma poäng som Sverige och flera steg före USA. Intressant är att notera att lyckligheten i de rika industriländerna inte är avsevärt högre än i en del rätt stabila u-länder som Colombia, Taiwan, Syd-Korea, Filippinerna och Brasilien (se Figur 2).

USA:s tillbakadragna placering bland marknadsekonomierna är i viss mån förvånande, eftersom det amerikanska samhället traditionellt är så lyckofokuserat. Den genomsnittliga *lyckan i USA är sannolikt något lägre än de amerikanska levnadsförhållandenas kvalitet förutsätter*. Intressant är att de fyra största europeiska länderna Tyskland, Storbritannien, Italien och Frankrike ligger snäppet lägre än de flesta andra västeuropeiska länderna.

LYCKANS VÄSEN OCH VEM ÄR LYCKLIG?

Psykologerna syftar med *lycka* på den emotionella, känslomässiga sidan, att helt enkelt känna sig på gott humör. En lycklig person är någon som ofta är glad och bara tillfälligt sorgsen. Känslan av lycka kan ofta vara bara en kort tid, som till exempel en persons stormande lycka – kort sagt *uppbrusande känslor av glädje, momentan lycka.*

Ett vetenskapligt hållbarare begrepp än lyckan (som undviks av en del forskare) är människans allmänna tillfredsställelse med livet. *Tillfredsställelse med livet är ett mer bestående tillstånd, en eftertänksammare värdering av människans egen totala livskvalitet* och hur tillfredsställd man är med den, det vill säga hur nöjd människan är med sitt liv, att leva ett lyckligt liv. Tillfredsställelsen med livet formas av människans uppfattning om livet som helhet. Den består av olika sektortillfredsställelser, till exempel summan av hur nöjda folk är med sitt arbete, sitt äktenskap, sina fritidssysselsättningar, sina inkomster, sin bostad och det samhälle de lever i. I denna artikel används dock orden lycka och tillfredsställelse med livet synonymt.

Det är viktigt att skilja mellan att vara lycklig och att eftersträva lycka. Lyckan är en biprodukt av att göra någonting annat, en följd av något trevligt som hänt eller som man känt. Lyckan är viktig för sin egen skull, i motsats till inkomstökningar, trygghet, självförsörjning och frihet, vilka man eftersträvar främst för att man *tror att de är medel* för att öka lyckan eller för att undvika att bli olycklig.

Lyckligtvis finns det hos människan en biologisk tendens att se tingen mer positivt än negativt. Människohjärnan har enligt psykologerna befunnits ha betydligt fler områden som producerar positiva än negativa tankar (25 procent mot 5 procent). Positiva tankar gör människan lyckligare, produktivare och hjälpsammare gentemot andra. Vinklingen till förmån för optimismen rör de flesta livsområden, men inte politiken (jfr politikerföraktet i västländerna).

Det finns klara bevis för genernas dominerande inflytande på tillfredsställelsen med livet. Amerikanska forskare anser att 50 procent är en god tumregel när det gäller de ärftliga faktorernas betydelse för individers framtida tillfredsställelse med livet, 40 procent härstammar från vad vi upplevt och gjort i barn- och ungdomen (det sociala startkapitalet) och 10 procent från levnadsstandarden.

Nationalekonomen Daniel Kahneman påstår tillsammans med psykologerna Ed Diener och Norbert Schwartz något tillspetsat att eftersom lyckan som ett personlighetsdrag har en så viktig ärftlig komponent och de ekonomiska förhållandena i motsvarande mån har låg vikt, kan den ekonomiska politiken (och välfärdstjänsterna) ha bara en marginell långsiktig effekt på människans tillfredsställelse med livet. Däremot anser andra forskare, till exempel nationalekonomen Richard Easterlin, att de ekonomiska faktorernas betydelse är betydligt större.

VAD GÖR MÄNNISKAN LYCKLIGAST?

Psykologerna M. Henderson, Michel Argyle och Adrian Furnham har utfört en undersökning av 320 positiva händelser i människans liv. På basen av undersökningen gjorde de en sammanfattning över människans viktigaste källor till tillfredsställelse, utan viktighetsordning:

Människans viktigaste källor till tillfredsställelse

- Att äta, dricka, sexuell aktivitet
- Vila, sömn
- Make/maka, föräldrar/barn, vänner och andra nära sociala relationer
- Framgång, befordringar, vara tillfreds med sig själv
- Fysiska aktiviteter, sport, dans, känslan av att vara frisk
- Att utföra uppgifter, använda sina färdigheter
- TV, läsning, musik, och andra kulturella aktiviteter
- Intensiva upplevelser, t.ex. estetiska (konsthall, bra konsert), religiösa (t.ex. en predikan som berör)

Många människor är dåliga bedömare av vilka faktorer som gör dem lyckliga. Effekten av högre inkomster på lyckokänslan övervärderas, liksom också nöjet av att komma över en ny vara som man tänkt köpa. Följande tabell baserar sig på en amerikansk undersökning.

Medan folk i denna undersökning på förhand underskattade familjelivets och äktenskapets betydelse för tillfredsställelsen med livet konstaterades deras faktiska betydelse vara betydligt högre. Regressionskoefficienterna på 0,41 och 0,36 var de högsta av alla. Däremot överskattades pengarnas betydelse (den finansiella situationen) medan deras faktiska betydelse var lägre än både familjeliv och äktenskap. I ännu högre grad överskattades fritidens betydelse.

VÄRDERING AV VIKTIGA LIVSHÄNDELSER

Forskarna Andrew Clark och Andrew Oswald har nyligen utvecklat en metod för att uppskatta ett grovt finansiellt skuggvärde på den lycka eller olycka som sammanhänger med olika viktiga livshändelser. Varje händelses separata effekt uppskattades sedan med hjälp av dess koefficient i välmåendets regressionsekvation.

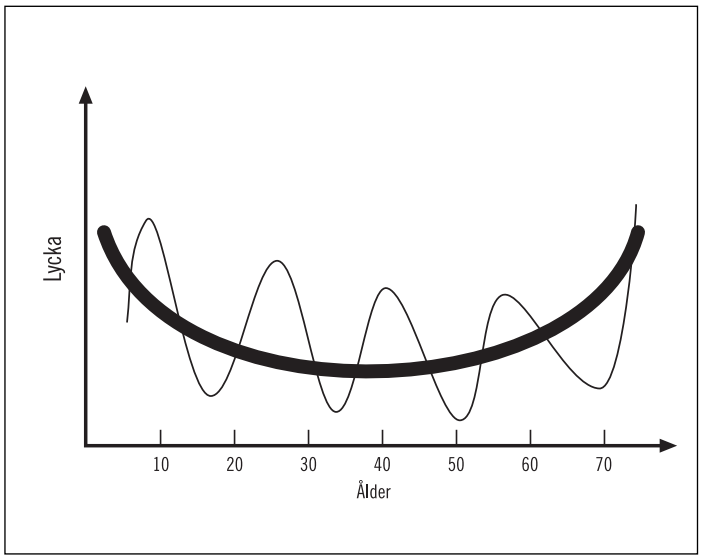
Tabell 1. Uppskattad och faktisk tillfredsställelse inom vardagslivet.

Faktor	Genomsnittlig på förhand uppskattad viktighetsordning	Faktisk tillfredsställelse (standardiserad regressionskoefficient)
Familjeliv	1,46	0,41
Äktenskap	1,44	0,36
Finansiell situation	2,94	0,33
Bostad	2,10	0,30
Jobb	2,19	0,27
Vänskap	2,08	0,26
Hälsa	1,37	0,22
Fritidsaktiviteter	2,79	0,21

Beräkningarna antyder att det negativa värdet av att bli entledigad och arbetslös i England i genomsnitt är hela 33 000 euro i månaden – dels som ”kompensation” för den kännbara inkomstförlusten och dels för de tunga psykiska kostnaderna för stigmatiseringen att bli arbetslös samt förlusten av arbetsmiljö och arbetskamrater. Värdet motsvarar över tio gånger en normal månadslön. Makens död uppskattades motsvara en förlust om 20 000 euro i månaden, och en kännbar försämring av hälsan 17 000 euro i månaden. Att separera beräknades ha ett negativt värde om 16 000 euro i månaden. Däremot uppskattades en trevlig händelse som ett äktenskap ha ett positivt värde i form av mer lycka om mer än 9 000 euro per månad.

Om tonvikten läggs på den mer bestående tillfredsställelsen med livet har internationella enkäter påvisat att den i genomsnitt ligger högst bland ungdomar under 25 år. Därefter faller lyckan gradvis bland annat på grund av överdrivna ambitioner, ökad cynism och trötthet inom äktenskapet. Lyckan uppnår ofta sin genomsnittliga bottennivå kring den tidiga medelåldern (35–45 år) och återhämtar sig sedan litet senare i livet, som framgår av Figur 3. Äldre personer har mer realistiska förväntningar om framtiden, en mindre diskrepans mellan uppställda mål och förväntningar. De är bättre anpassade till sin reella livssituation.

Psykologerna har understrukit vikten av *hedonistisk anpassning*. Det innebär att folk snabbt vänjer sig vid en ny känsla av behag som de en gång uppnått**.** Om vi plötsligt får en högre materiell levnadsstandard tycker vi till en början att det är angenämt. En ny bostad eller en ny bil känns först spännande och trevlig att ha, men ganska snart vänjer folk sig vid det nya och lyckonivån återgår ungefär till det tidigare. Men om folk skulle bli tvungna att återgå till den tidigare bostaden eller bilen skulle de däremot känna sig mindre lyckliga än vad de var förut, innan de hade upplevt något angenämare. Den hedonistiska anpassningsteorin förklarar det förvånansvärt svaga samband som råder mellan inkomster och tillfredsställelse med livet.



Figur 3. Subjektivt välmående under livscykeln (schematisk presentation).

Tankekonstruktionen om det *hedonistiska ekorrhjulet* utvecklades av psykologerna Philip Brickman och Donald Campbell. Det är ett lyckans eller olyckans ekorrhjul, en maskin som drivs runt av förväntningarna om välstånd och förmodade framsteg, och som stoppar efter besvikelser. Högre aspirationer under goda tider är en av motorerna som driver hjulet.

VAD GÖR FINLÄNDARNA LYCKLIGA?

EVA:s lyckorapport 2005 poängterar att människan kan sträva efter pengar, makt, hög social ställning, idrottsprestationer, konstupplevelser eller vadsomhelst annat, men de är trots allt *bara mellanliggande mål. Det verkliga målet är att uppnå lycka.* Den överlägsna majoriteten, 81 procent av de ungefär 2300 intervjuade, upplevde sig som mycket lyckliga eller rätt så lyckliga. Majoriteten av Finlands befolkning mår alltså för närvarande rätt bra, har en skälig utkomst, är rätt frisk, och utan betydande brister i sin materiella välfärd. En av de andra faktorerna som stödjer lyckan i Finland är att inkomstdistributionen varit rätt jämn.

Resultatet åtta lyckliga av tio innebär samtidigt att *över en miljon finländare är olyckliga.* Finländarna är nu mindre lyckliga än för drygt tjugo år sedan, även om realinkomsterna under samma tid vuxit betydligt. Så uppfattat har finländarnas relativa lycka mätt med förhållandet mellan inkomster och lycka klart sjunkit, till och med fastän arbetslöshetsgraden dalat från toppnivån 17 procent år 1994 till 8 procent i mitten av 2006.Intressant är att lyckokänslan sjönk kraftigt redan långt före den ekonomiska krisen i början av 1990-talet – kanske delvis på grund av inkomstfördelningens stigande skevhet. Småningom återhämtade sig lyckokänslan, men den ligger fortfarande under toppnivån. Finland är alltså ännu inte samma lyckobo som det var under 1980-talets första hälft.

I EVA:s lyckoenkät tillfrågades svararna om sin inställning till fjorton olika lyckokomponenter, så som de såg dem.

Tabell 2. Lyckans komponenter i Finland.

(genomsnitt, enligt skalan 5 =mycket viktigt, . . . , 1= inte alls viktigt)

1.Familjeliv, bra människorelationer inom familjen	4,78
2. God hälsa	4,73
3. Allmänt goda vänskaps- och människorelationer	4,44
4.Att möta kärleken, att älska/känna sig älskad	4,42
5.Tryggad grundutkomst	4,26
6.Intressant arbete, angenäm arbetsplats	4,13
7.Fast och säker arbetsplats	4,02
8.Förhållandet till naturen, att njuta av den	3,91
9.Att lära sig och uppleva nytt, utveckla sitt jag	3,75
10.Fritid, intressanta hobbyer	3,64
11.Goda inkomster, förmögenhet, hög levnadsstandard	2,99
12.Andlighet, förhållande till Gud	2,57
13.God ställning, social uppskattning	2,52
14.Deltagande i samhället, möjlighet att påverka	2,51

De själsliga behoven överstiger vida de materiella behoven i betydelse. Anden har vunnit över materien. Den gemensamma nämnaren var grundtryggheten i livet, till vilken hör närhet, stabilitet, jämnhet och kanske också småskalighet.

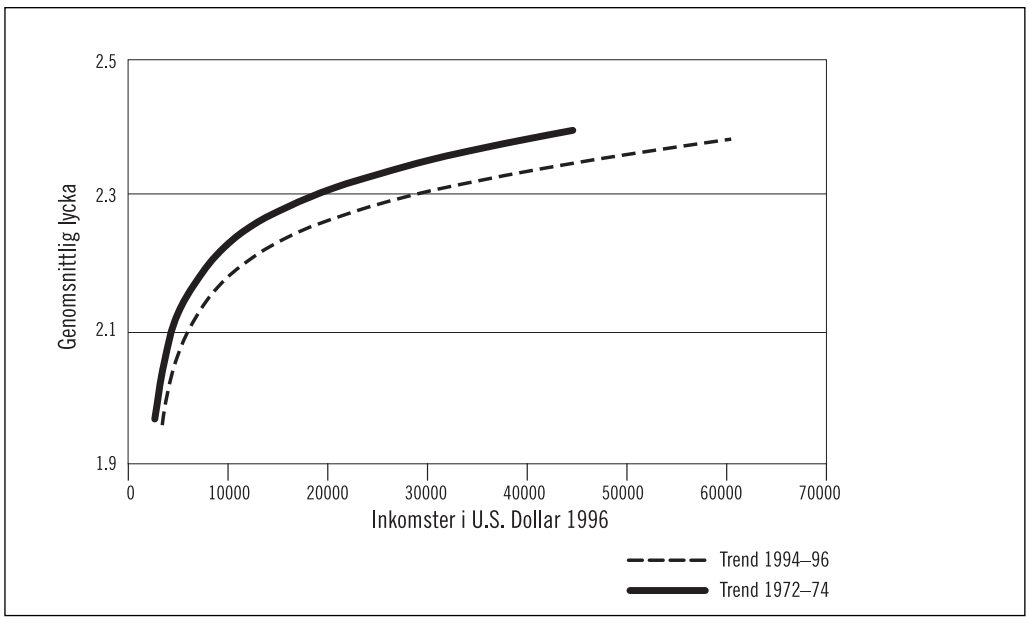
Inkomstkomponentens låga vikt kan även bero på att finländarna varit en smula ”penningskenheliga”, vilket påpekas i rapporten, men också på att inkomstelement redan ingår i komponenten ”tryggad grundutkomst” som fick mycket högt understöd. Om inkomsterna faktiskt skulle ha så otroligt liten betydelse i Finland, varför står då kampen om varje euro och cent så hård inom inkomstpolitiken och på arbetsplatserna? Och varför satsar två tredjedelar av finländarna regelbundet betydande summor på lotto i hopp om att bli rika?

ÄR RIKA LYCKLIGARE ÄN FATTIGA?

Regeringarna i de flesta länder utgår från att mera välfärdstjänster och ökat konsumtionsutrymme gör folket lyckligare. En ganska allmän tro, ivrigt understödd av reklamvärlden, är att det som konsumenterna prefererar alltid är riktigt och att mera inköp ökar deras nytta**,** det vill säga lycka. Men också en alkoholist föredrar säkert fler drinkar, trots att vi inte mäter hans lycka och välmåga med det antal glas han lyckas hälla ner i sin strupe.

Inom ett land förklarar inkomstskillnaderna bara en liten del av differenserna i lyckokänslan mellan olika personer. Till exempel i USA pekar professor Richard Easterlins resultat på att korrelationen mellan inkomster och lycka är låg, bara 0,20. Av Figur 4 framgår att lyckokurvan planar ut mycket snabbt med stigande inkomster. En person som förtjänar 20 000 dollar per år är nästan lika lycklig som en som förtjänar tre gånger mera, 60 000 dollar i året.

För Finland är en grov personlig uppskattning följande: om en persons inkomstnivå väl överskrider fattigdomsgränsen och stiger till nivån 20 000 till 40 000 euro brutto per år (en ganska typisk industriarbetares



Figur 4. Lyckan i förhållande till inkomsterna i USA.
Källa: General Social Survey, National Opinion Reserach Center

lön) eller mer har ytterligare inkomstförhöjningar en rätt temporär och *begränsad lyckohöjande effekt.* Man bör dessutom notera att folk med lägre inkomster kompenseras genom olika sociala understöd, bland annat bostadsbidrag**.** Också i Finland är korrelationen mellan inkomster och lycka låg, kring 0,15. Men trots att pengarnas gränsnytta sjunker vid stigande inkomster (alltså att mer pengar köper allt mindre lycka) blir den dock knappast någonsin negativ.

LIVETS STÖRSTA GLÄDJEÄMNEN UTANFÖR BNP

Mätstickan för ekonomisk tillväxt, bruttonationalprodukten, utvecklades av John Maynard Keynes, John Hicks och Simon Kuznets för att deras regeringar skulle få bättre metoder för att styra sina ekonomier efter den världsekonomiska kraschen år 1929. Intressant nog varnade Kuznets då han vittnade i USA:s kongress 1934 mot att använda måttstockar som BNP som en indikator för ett lands välfärd.

Nationalekonomin fokuseras bl.a. på produktionresultatet**,** men berör främst *varor och tjänster som produceras och säljs* av en person, ett företag eller ett offentligt samfund till någon annan. Då man beräknar bruttonationalprodukten, BNP, är det allmännaste grundkriteriet att det i bakgrunden skall *finnas en penningtransaktion*. Beräkningsmetoden för BNP innebär att en hel del mänskligt arbete och ”produktion” faller utanför kalkylen för att det inte står någon prislapp på dem. Det gäller allt hushållsarbete såsom matlagning, städning, tvättande, strykande och barnavård, samt trädgårdsskötsel, största delen av hemreparationerna, sommarstugans skötsel, hushållsfiske och bär- och svampplockning. Omfattningen av det som lämnats utanför BNP – och således den ekonomiska tillväxten – illustreras av att enbart det obetalda hushållsarbetets värde i Finland år 2004 uppskattades till 81,6 miljarder euro. Om hushållsarbetet skulle inkluderas i BNP skulle värdet stiga med enorma 40 procent i ett slag

Familj, vänner, hobbyer, ett givande arbete och god hälsa skapar den största lyckan, istället för högre inkomster och inköp av diverse varor och tjänster som nog syns i BNP. Därför är BNP en dålig mätare av lyckan. Mycket av det trevligaste och vackraste i livet ligger gratis rätt framför människans ögon. Den amerikanske mångmiljonären Nelson Rockefeller uttryckte det med orden ”*the best things in life are free*”.

LÖNEFÖRHÖJNINGARNAS OCH OPTIONERNAS TRAGEDI

Lönen kan påverka arbetstagaren både i positiv och negativ riktning. En orsak till folks lyckoimmunitet visavi löneförhöjningar är att även om de personliga inkomsterna stiger, så avdunstar nyhetens behag snabbt. Löneförhöjningarna äter upp sig själva genom att etablera en ny ännu högre målstandard. Därefter börjar folk åter hungra efter ytterligare inkomstökningar, vilkas inverkan på lyckan åter urvattnas lika snabbt. Marknadsekonomiernas styrka som samtidigt är deras svaghet är den inbyggda driften hos människan att alltid ställa upp nya mål, och inte saktmodigt luta sig tillbaka och vara tillfreds med gällande förhållanden. Det är också drivkraften bakom marknadsekonomins enorma effektivitet.

Också den relativa lönens utveckling i förhållande till arbetskamraterna är viktig för livstillfredsställelsen, ofta rentav viktigare än den absoluta löneförhöjningen räknat i euro och cent. Redan John Stuart Mill fastställde att ”människor inte strävar efter att bli rika, utan att bli rikare än andra”.

Kvartalsekonomierna kritiseras livligt i offentligheten, ofta i samband med plötsliga bortrationaliseringar av personal, utlokalisering av produktion till utlandet och försäljningar av bolagsdelar. Sådana åtgärder har lett till branta resultat- och aktie-

kursförhöjningar och extra belöningar till företagens ledning i form av bonusar och optioner, trots att direktörerna ofta kunnat ta åt sig bara en del av äran för den förmånliga vinstutvecklingen.

Femhundra amerikanska storföretags koncernchefers, CEO:s, totala kompensation motsvarade år 2000 hela åtta procent av företagens årsvinst, ett kolossalt belopp. Den otroliga stegringen i amerikanska företagsledares ersättning (kontantersättning plus optionernas gåvoelement) illustreras av att den år 1970 var i medeltal 90 gånger högre än genomsnittsarbetstagarens lön, men år 2002 redan 360 gånger högre. Det amerikanska optionsrekordet innehas av UnitedHealth-bolagets VD William McGuire. Marknadsvärdet av hans optionspott hade i slutet av år 2005 stigit till 1,6 miljarder dollar.

I sin analys av storföretagens koncernchefers ekonomiska kompensation konstaterar Harvardprofessorn Arye Bebchuk och University of California-professorn Jesse Fried att just företagens CEO:s spelar en viktig roll vid återvalet av företagens styrelsemedlemmar. Därför tenderar styrelsemedlemmarna att understödja CEO:s kompensationspaket, så länge de överhuvudtaget kan motiveras. Om en styrelsemedlem får rykte om sig att han eller hon bråkar med högsta chefen om kompensationsplaner, istället för att gå med strömmen, skadar den personen kanske sina egna möjligheter att bli rekommenderad för återval eller nya styrelseposter och få högre styrelsearvoden samt extra ekonomiska favörer eller naturaförmåner av företaget.

Ofta är kompensationsfördelarna dessutom väl kamouflerade och föreslås av externa och renommerade utomstående konsultföretag. Analogt med löneförhöjningarnas mycket moderata effekt på lyckan kan man utgå från att högt betalda företagsledares bonusar och optioner har bara en anspråkslös inverkan på dessa chefers personliga lycka och effektivitet.

ARBETSPLATSENS DOLDA FÖRMÅNER

Den klassiska ekonomiska teorin utgår nyktert från att folk arbetar enbart för att tjäna pengar för att betala för sina inköp och kanske spara litet – vilket i sin tur antas bereda dem tillfredsställelse. Teorin höll streck för folk sysselsatta inom obehagliga, tråkiga och rutinartade arbeten med ringa arbetsglädje (t.ex. fabriksjobb under 1800-talet). De flesta moderna arbetsplatser erbjuder likväl mer arbetsglädje. Därmed *belönas majoriteten av arbetstagarna tvåfaldigt*, med både pengar och tillfredsställelsen av sitt arbete, sina arbetskamrater och sin arbetsmiljö, alltså av att vara en del av ett större sammanhang. De är arbetsplatsens ”dolda” förmåner.

De dolda förmånerna utöver lönen underskattas ofta. Arbetstagaren får genom jobbet en struktur för sin dygnsrytm och sociala kontakter utanför hemmet och familjen. Arbetet sammanlänkar individen till vidare målsättningar, och ger ibland smickrande publicitet. Speciellt givande är den informella vänskapen och relationerna till arbetskamraterna, med allt stöd, utbyte av information, skämt och skvaller. Jobbet ger människan vänskap, status, en känsla av identitet, en högre aktivitetsnivå och större eller mindre naturaförmåner, beroende på arbetsplatsen.

KVINNORNAS VÄRDERINGAR VÄRDEFULLARE

Kvinnornas tillfredsställelse med livet är både enligt internationella och finländska lyckoundersökningar i allmänhet något högre än männens. Kvinnornas livsvärden är också kvalitativt värdefullare än männens, konstaterar EVA:s undersökning. De anser att nästan alla värdekomponenter (typ familj, god hälsa, bra människorelationer, kärlek, en bra arbetsplats osv.) är viktigare än vad männen rapporterar.

Ogifta män är i allmänhet mindre lyckliga än ogifta kvinnor. Det och mycket annat

antyder att männen får mer ut av äktenskapet än kvinnorna. Kvinnorna ger oftast mer socialt stöd åt sina män och fungerar som bättre förtrogna än sina män. Äktenskapet har enligt psykologerna Michael Argyle och Maryanne Martin en positivare effekt på männens mentala och fysiska hälsa än på kvinnornas. Gifta män lever betydligt längre än ogifta.

Speciellt finländska kvinnor har spelat en avgörande roll vid skapandet av landets sociala kapital. Ett rikligt socialt kapital har varit en av framgångsfaktorerna i Finland under århundradenas lopp, en grundval för att utveckla den nordiska demokratin, rättssamhället och ekonomin.

LYCKAN OCH VÄLFÄRDSSTATEN

Alla civiliserade samhällen tillhandahåller välfärdstjänster för de medborgare som inte kan sköta sig själva eller förtjäna sitt uppehälle. De viktigaste välfärdstjänsterna omfattar stöd för sjuka, pensionärer och arbetslösa. Politikerna och socialvårdsexperterna utgår dels från att dessa stödtjänster automatiskt höjer den mänskliga lyckan i moderna välfärdsstater och dels från att välfärden fördelas jämlikare inom dessa länder än i det som de kallar ”eftersläpande” länder, där statens roll är mindre aktiv, till exempel USA. I de nordiska länderna ses dessa två mål, massiva socialpolitiska satsningar och jämlikheten, som den ideologiska grunden för välfärdsstaten. Likväl har välfärdsteorins konkreta effekt på medborgarnas allmänna lycka enligt den holländske professorn Ruut Veenhoven aldrig riktigt testats empiriskt, och han har gjort en intressant undersökning om dessa frågor.

Veenhovens testresultat antydde paradoxalt nog att det inte förelåg någon stark länk mellan välfärdsstatens storlek och välmågans nivå. Folk i länder med generösa sociala säkerhetsnätverk uppgav inte att de var lyckligare eller friskare än människorna i lika förmögna samhällen där staten var mindre frikostig.Höjda eller sänkta utgifter för social trygghet verkade inte heller ha något samband med en högre eller lägre hälso- och lyckonivå. Finland låg grovt taget på ungefär samma lyckonivå som USA vid tidpunkten för undersökningen, trots att Finlands socialutgifter kring 20 procent av BNP var nästan dubbelt så höga som USA:s ”futtiga” 10 procent av BNP. Eftersom människornas behov är omättliga skapade varje tillfredsställd önskan i stället en otillfredsställd.

VÄGEN FRAMÅT BLIR TYNGRE

Många årtionden av rask ekonomisk tillväxt, ett till tänderna rustat välfärdssamhälle, ett mäktigt socialt kapital och en hög utbildningsnivå har inte kunnat höja finländarnas lycka – den sjönk rentav åren 1984–1992 och har därefter inte helt repat sig. Därför måste man fråga sig vilka slutsatser för framtiden beslutsfattarna och också andra medborgare borde dra av det. Målet för all politik bör ju ytterst vara att höja medborgarnas lycka. Allt annat är bara medel.

Kan västländerna småningom uppnå en mättnadspunkt, där de flesta är rätt så nöjda med sin lott och börjar värdesätta immateriella aspekter och inre mål högre, som familjeliv, vänner, fritid, hobbyer, föreningar och naturliv, vilkas effekt på den personliga lyckan är så avgörande? Denna konstruktiva linje finner stöd i nationalekonomen Fred Hirsch bok om sociala gränser för tillväxten. En av hans tankar var att det i de rika industriländerna blir allt svårare att uppnå mer välbefinnande genom ökad materiell konsumtion.Det beror delvis på att människan på förhand överskattar den tillfredsställelse hon kan få av nya inköp – som ofta efteråt åtföljs av en smygande besvikelse över ens val. Den moderna lyckoforskningen har bekräftat Hirsch antagande om att en ökande konsumtions varaktigt lyckohöjande inverkan i det stora hela har uttömts.

De tre källorna till lycka är sociala relationer, arbete och fritid. Att uppnå balans på dessa områden i livet har litet att göra med inkomster, utgifter eller livets materiella villkor. När människan uppfyllt sina grundläggande materiella behov leder ytterligare utgifter för olika saker och ting inte till någon kännbar höjning av lyckokänslan. Den största orsaken till mänsklig olycka är att människan – speciellt som ung – har för högt uppskruvade förväntningar om framtiden. Det kan röra arbetsplats, inkomster, familjeliv, fritid eller bara bilmodeller. Nationalekonomins fader Adam Smith uttryckte rentav saken så, att de överdrivna ambitionerna är ”gåvan av en arg himmel”. För hög ambition och kronisk missbelåtenhet med det man själv uppnått utgör ett av de största hindren för lyckan.

De nordiska välfärdsstaterna har enligt lyckomätningarna marscherat långt i riktning mot idealsamhället, även om också de har sina skavanker. Som sin ledstjärna har de haft den benthamianska filosofin om största möjliga lycka för största möjliga antal individer. Ledaren för EU-programmet vid Princeton University, Andrew Moravcsik, poängterar att världen länge strävade mot den amerikanska livsstilen, men att man idag finner betydligt bättre system bland annat i Norden. De nordiska länderna har varit konkurrenskraftiga, de har bättre utbildningssystem, generösa sociala skyddsnät, och betalar högre skatter för att stödja sin livskvalitet. Amerikanerna arbetar flera timmar, men är inte så mycket produktivare och inte alls lyckligare än sina nordiska ”arbetskamrater”. Därför anser Moravcsik att ”från att ha varit en amerikansk dröm har den amerikanska modellen blivit en amerikansk mardröm”.

Det är möjligt att utsikterna för västerlandet är avsevärt sämre än dem som professor Francis Fukuyama presenterade om ”historiens slut” i form av marknadsdemokratiernas definitiva triumf. Med beaktande av Europas höga arbetskostnader och åldrande befolkning kan vi i värsta fall stå inför en långsiktig nedgång inte bara ekonomiskt utan också politiskt, en katastrof istället för en historisk triumf à la Fukuyama, med beaktande av alla de politiska, ekonomiska, sociala och kulturella omvälvningar som vi bevittnar runt om i världen i början av 2000-talet. De högt uppdrivna effektivitetskrav som den stenhårda globala konkurrensen ställer oss inför, osäkerheten i företagen och på arbetsplatserna och kravet att snabbt anpassa oss till varje pris innebär att utsikterna för att kunna upprätthålla lyckan i Finland inte ser bra ut – i en situation då mycket få inser stundens allvar och är villiga att acceptera förändringar. Det är svårt att tro att man skall kunna upprätthålla tillfredställelsen med livet under stramare tider om man inte kunnat höja den ens under goda ekonomiska konjunkturer.

Nobelpristagaren i ekonomi Robert William Fogel framhåller att världens etiska och politiska kriser beror på att människan inte lyckats bringa sina samhällen i balans med de massiva teknologiska förändringarna. Dessa förändringar har på ett drastiskt sätt omvandlat ekonomierna och destabiliserat existerande kulturer. Enligt Fogel är samhällets allvarligaste hotbild den moraliska krisen. Vi behöver en ”fjärde väckelsevåg”, med tonvikt på andliga värden, moral och familjens inre etik. Den moderna människan är i stort behov av nya riktlinjer, en klarare mening i livet och en karta och kompass för att att orientera sig framåt.

Marknadsekonomiernas problem beror troligen delvis på att vår ekonomiska politik och retorik öser sitt bränsle ur 1700- och 1800-talets tankegångar som formulerades i en tid av elände, fattigdom och nöd. Därför kan de inte erbjuda lösningar på det moderna välfärdssamhällets problem.

Eftersom skattepolitiken i Finland, liksom i alla EU-länder, är föremål för internationell konkurrens finns ett tryck att sänka inkomstskatterna – vilket ytterligare

minskar statens inkomster och spelrummet för välfärdspolitiken, trots ständiga krav på fler välfärdstjänster. I Finland är det totala skattetrycket hela 45 procent av BNP, inom OECD-området klart lägre, i genomsnitt 36 procent, i u-länderna bara 20 procent och i Ryssland kring futtiga 10 procent. Då skatteskalorna i Finland således knappast kan höjas, då befolkningens åldersstruktur är oförmånlig och folk vill pensionera sig vid tidig ålder blir det i längden svårt att utveckla välfärdssamhället ytterligare.

I den hårda och supereffektiva kvartalsekonomin har arbetstagaren främst ett marknadsvärde. Osäkerheten inom arbetslivet kommer att stiga. För att bevara företagens konkurrenskraft och många arbetsplatser kan det i framtiden krävas alltmer ökad flexibilitet i form av kortvariga anställningar, deltidsarbete, fjärrjobb, flexibel lönesättning och lägre löneförhöjningar. Eller rentav lönesänkningar och högre pensionsålder, som i Tyskland, längre arbetstid och kortare semestrar.

KULTURERNAS KOLLISION OCH ISBERGETS TOPP?

Den ekonomiska chocken efter Sovjetunionens sönderfall och Finlands ekonomiska krasch och bankkrisen i början av 1990-talet parerades beslutsamt. Men de kommmande utmaningarna är troligen särskilt krävande eftersom de kan innebära uppoffringar och att allmänt tumma på en del invanda fördelar från de feta åren. I värsta fall står finländarna nu på toppen av ett lyckans isberg som sakta börjat smälta under dem.

Finlands ekonomiska framtidsutsikter förmörkas av en stigande ekonomisk-politisk fossilisering. Jobbsäkerheten, anställningsförhållandena och trivseln på arbetsplatserna kan vara i farozonen. Alla dessa komponenter påverkar kraftigt lyckan. Vi kan stå inför en *kulturernas kollision* i Finland. De senaste femtio årens massiva välståndsförbättringar har skapat en atmosfär av ständigt stigande förväntningar och ambitioner. Det kan gälla högre lön eller pension, fler välfärdstjänster, kortare arbetstid, längre semestrar eller tidigarelagd pensionering. Då alla stegrade förväntningar knappast mera kan uppfyllas i det hårdare ekonomiska klimat som väntar blir resultatet troligen besvikelse och olycka.

Det kan finnas två lösningar, vilka båda är svåra: antingen att minska på de materiella kraven eller jobba ännu hårdare. Men om Finland och andra europeiska länder vill – och kan – motarbeta en sådan kritisk utveckling krävs det mycket av dem:

- Anpassningsförmåga (arbetsplatser, skatter, social trygghet, pensioner etc.).
- Innovativitet (nya uppfinningar, ny teknologi, nya produkter).
- Supereffektivitet och kostnadsinbesparingar (vilket ofta uppfattas som extremt obehagligt och stressigt).

Den amerikanske 1800-talsförfattaren och filosofen Ralph Waldo Emerson konstaterade att ”vi alltid håller på att börja leva, men lever aldrig”. Om vi faktiskt vill försöka leva ett kvalitativt bättre och lyckligare liv är några enkla rekommendationer med stöd av den moderna lyckoforskningen följande: 1) satsa mer på värderelaterade sociala relationer, som familj, släkt och vänner; 2) utveckla mer givande fritidsaktiviteter som olika hobbyer, sport, kultur med mera; 3) eftersträva en aktiv men mer balanserad tidsanvändning och ett meningsfullt arbete; 4) fundera på meningen i sitt liv, vad som är viktigt; 5) dämpa den intensiva jakten efter personlig förmögenhet och materiella saker och ting, vilka inte medför någon varaktig lycka och 6) uppskatta det goda som unnats oss.

Vad angår förhållandet mellan pengar och lycka så talar det sitt eget klara språk att inte ens världens miljonärer och lottovinnare blivit nämnvärt lyckligare än vanliga människor.

Den moderna lyckoforskningen har klart demonstrerat att de nuvarande negativa

trenderna inom samhället, osäkerhet, burnout, stress, depression, alkoholmissbruk, skilsmässor och familjelivets devalvering, gör folk olyckligare. Därför känns det angeläget att understödja lyckan till exempel genom en förutsättningslös diskussion om lyckans innersta komponenter och en bättre familje- och hälsopolitik. Då lyckomätningarna ytterligare utvecklas kan de komplettera andra måttstockar då man bedömer hur väl politikerna lyckats inom samhällspolitiken.

REFERENSER

Huvuddelen av artikelns material har extraherats ur verket **Nars, Kari (2006)** *Pengar och lycka,* Schildts, Helsingfors (finskspråkig upplaga: **Nars, Kari (2006)** *Raha ja onni,* Tammi, Helsinki). Boken innehåller utförliga käll- och litteraturhänvisningar.

Specifika referenser rörande texten:

Virrankoski, Pentti (1995) *Anders Chydenius.Demokratisk politiker i upplysningens tid*, Söderström & C:o, Helsingfors.

Simmel, George (1900) *The Philosophy of Money,* Routledge and Keegan Paul, London.

EVA Raportti (2003) *Mitä Mieltä, suomalainen. EVA:n asennetutkimuksien kertomaa vuosilta 1984–2003*. Jyrki Haikonen - Pentti Kiljunen, Taloustieto Oy, Helsinki.

EVA Raportti (2005) *Onnellisuuden vaikea yhtälö: EVAn kansallinen arvo- ja asennetutkimus 2005,* Kai Torvi - Pentti Kiljunen,Taloustieto Oy, Helsinki.

Henderson, M., Argyle, M., and Furnham, A. (1984) *The assessment of positive life events*. Unpublished. Se **Argyle, Michael (1987)** *The Psychology of Happines,* Routledge, London.

Clark, Andrew E. and Oswald, Andrew J. (2002) *A Simple Statistical Method for Measuring How Life Events Affect Happiness.* Working Paper.

Brickman, Philip and Campbell, Donald T. (1971) *Hedonic Relativism and Planning the Good Society.*I **Appley, M.H. ed**. **(1971)** *Adaptation-Level Theory: A Symposium*, Academic Press, New York.

Bebchuk, Lucian Arye and Fried, Jesse M. (2003) *Executive Compensation as an Agency Problem,* Journal of Economic Perspectives, Volume 17, Number 3, Summer 2003.

Veenhoven, Ruut (2000) *Well-Being in the Welfare State: Level not Higher, Distribution not more Equitable,* Journal of Comparative Policy Analysis, Vol. 2, pp. 91–125, 2000.

Hirsch, Fred (1976) *The Social Limits to Growth*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

CHARLOTTA GRÖNQVIST*
FORSKARSTUDERANDE

Föredrag – vad är ett patent värt?[1]

INLEDNING

Investeringar i forskning och utveckling är en viktig del av länders och företags strategier i den globala ekonomin. Vid Europeiska rådets möte i Barcelona år 2002 fastställdes målet att öka EU:s investeringar i forskning och teknisk utveckling till tre procent av bruttonationalprodukten fram till 2010. Finlands mål är ännu ambitiösare: för att försäkra en fortsatt ekonomisk tillväxt bör forsknings- och utvecklingsutgifterna uppgå till fyra procent av bruttonationalprodukten i Finland.

Länders strävan efter att öka satsningarna på forskning och utvecklingen beror på att den ekonomiska tillväxten under de senaste decennierna inte enbart kan förklaras med hjälp av ökade arbetsinsatser eller ökat kapital. Tvärtom, vi vet att t.ex. arbetsdagen har förkortats i Finland under det senaste seklet samtidigt som levnadsstandarden har ökat. Ekonomister är idag ense om att en stor del av den ekonomiska tillväxten förklaras med hjälp av teknisk utveckling.

Tyvärr säkrar inte enbart ökade statliga utgifter i forskning och utveckling en snabb teknologisk utveckling. Förutom ekonomiska resurser behövs även incitament för forskare att frambringa ny information. Förklaringen till att forskare inte enbart nöjer sej med finansiella morötter för att skapa innovationer ligger i ny kunskap. Ny information är en nyttighet som ekonomer kallar kollektiv vara. En kollektiv vara är en produkt som inte förbrukas av att den konsumeras. För en kollektiv vara finns det inte heller naturliga ägande rättigheter eftersom det är svårt eller t.o.m. omöjligt att hindra andra från att använda varan. I brist på ett system som skyddar uppfinnaren från att innovationen används kommersiellt av andra, riskerar forskare som genererar ny information att andra näringsidkare profiterar på den nya informationen.

Systemet som uppmuntrar uppfinnare och främjar spridningen av ny kunskap är de immateriella rätterna. De immateriella rättigheterna delas upp i det industriella rättsskyddet samt upphovsrätter. Det industriella rättskyddet består av bl.a. patent och existerar främst för att uppmuntra forskare att ta fram nya tekniska uppfinningar. Det industriella rättskyddet möjliggör också att ny kunskap sprids eftersom den nya uppfinningen i detalj måste beskrivas i offentliga patentdokument. Syftet med det industriella rättsskyddet är alltså att dels skydda och motivera uppfinnaren och dels öka spridningen av ny kunskap.

Det industriella rättsskyddet är ett av statens centrala verktyg för att öka den ekonomiska tillväxten och därför är värdet av detta rättsskydd intressant för politiker.

* *Svenska handelshögskolan och HECER.*

1 *Föredrag vid Ekonomiska Samfundets medlemsmöte den 21.11.2006. Första pris i föredragstävlingen år 2006.*

Men, värdet av det industriella rättsskyddet och effekterna av dessa är intressanta även för andra än politiker. Kunskap om hur mycket värde det industriella rättsskyddet skapar är relevant såväl för samhället, enskilda företag som akademiker. Ökad handel mellan länder har förstärkt vikten av det industriella rättsskyddet för det enskilda företaget. Insikter i värdet av det industriella rättsskyddet är speciellt viktigt vid strategiska allianser mellan företag eller vid företagsköp. Detta värde är naturligtvis även intressant för den som följer med aktiekurser samt för banker som beviljar lån med industriella rättigheter som säkerhet. Värdet av det industriella rättsskyddet är också av intresse för akademiker eftersom det är ett bra instrument för att undersöka sambandet mellan t.ex. teknologiska framsteg och ekonomisk tillväxt.

Syftet med det här föredraget är att besvara frågan: Hur mycket är det industriella rättsskyddet värt och vad styr detta värde? Värdet av det industriella rättsskyddet behöver inte nödvändigtvis vara lika stort för ägaren av skyddet som för samhället. Jag uppskattar värdet av det industriella rättsskyddet för ägaren, vilket innebär att resultaten nedan framför allt lämpar sej för att besvara frågorna om värdet av det industriella rättsskyddet på mikronivå.

KORT OM INDUSTRIELLT RÄTTSSKYDD

Det industriella rättsskyddet består av fyra delar: varumärke, mönsterrätt, nyttighetsmodell och patent. Varumärke används av företag för att skilja de egna produkterna och tjänsterna från konkurrenternas. Ett varumärke behöver i teorin inte registreras utan kan också skapas i människors medvetande genom t.ex. reklam. Men, endast ett registrerat varumärke kan enligt lag användas enbart av innehavaren av varumärket.

Mönsterrätt skyddar utseendet på en konkret vara eller delar av en vara. Mönsterrätten erhålls liksom varumärke genom registrering av ett mönster och endast genom registrering får innehavaren ensamrätt till utnyttjande av mönstret. Syftet med mönsterrätten är att uppmuntra skapandet av ny design på samma sätt som syftet med patent är att uppmuntra skapandet av nya tekniska uppfinningar.

Nyttighetsmodellen är liksom patent en förbudsrätt. Nyttighetsmodellen påminner om patent och kallas också ofta ”minipatent” eftersom nyttighetsmodellen inte är lika omfattande och beviljas för en kortare tid än patent.

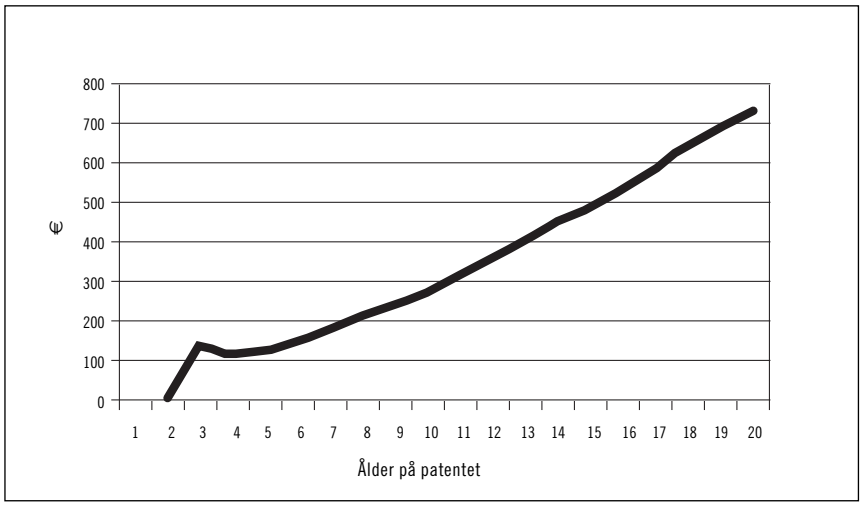
Patent fås på ett nytt förfarande, en ny anordning, ny produkt eller ett nytt sätt att använda dessa. Viktig är alltså att en patenterbar uppfinning skall vara ny, ha uppfinningshöjd och vara industriellt användbar. Patent är en förbudsrätt, vilket innebär att patentinnehavaren har ensamrätt att använda t.ex. den patenterade produkten. Ensamrätten möjliggör att patentägaren har monopol på produkten och således kan åtnjuta monopolvinster. Monopolvinsterna är det incitament som uppmuntrar uppfinnare att generera ny kunskap.

Det andra syftet med patent är att sprida ny teknologisk kunskap. I gengäld för monopolet som innovatörer får, delger han hur innovationen fungerar och denna information är tillgänglig alla i patentdatabaserna.

Då jag mäter värdet av det industriella rättsskyddet koncentrerar jag mej endast på patent. Den främsta orsaken till detta är att patent företrädesvis förknippas med teknisk utveckling och önskar man mäta värdet av teknisk utveckling är patent det naturliga alternativet. Därutöver är informationen lagrad i patentdatabasen rik och det finns statistik över patent över en lång tidsperiod.

TRENDER INOM PATENTERINGEN I FINLAND

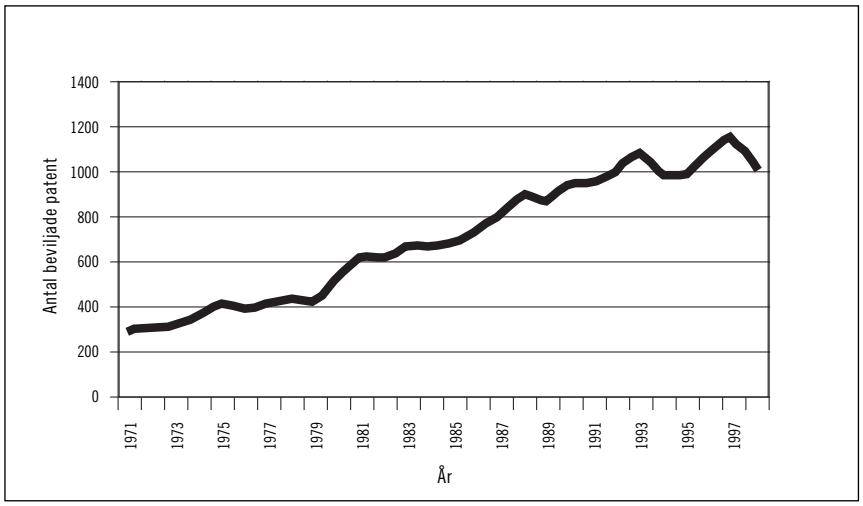
Datamaterialet som står för grund för forskningen består av alla de patent som beviljats i Finland mellan 1971 och 2004 och ägs av ett finskt företag eller en finsk medbor-



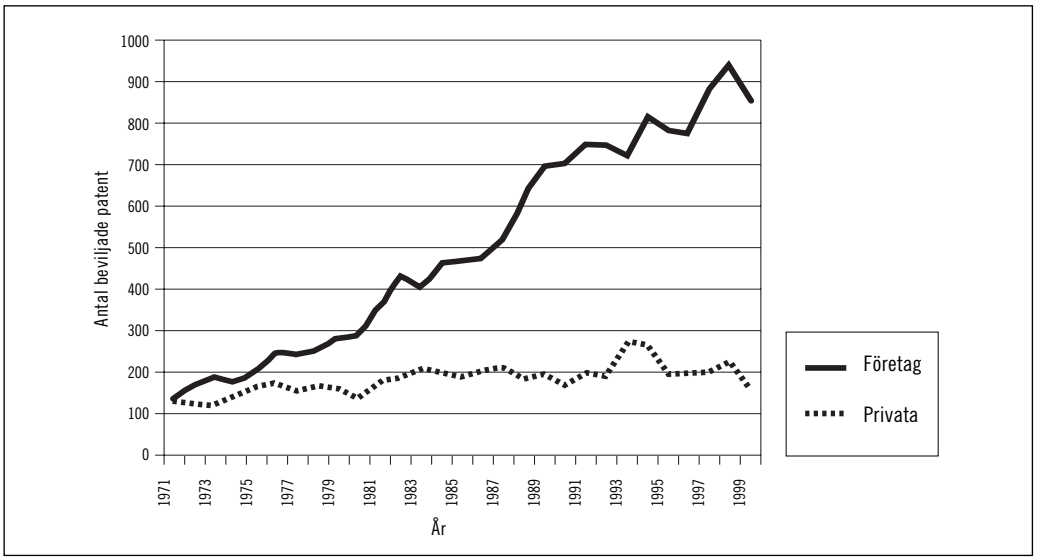
Figur 1: Den årliga kostnaden för att förnya ett patent år 2004.

gare. Totalt finns det över 20 000 patent i databasen. Ur datamaterialet framgår när patentet beviljades och det finns även information om patentinnehavaren samt om patentet. Jag vet också hur länge patentet var i kraft. Ett patent beviljas för 20 år, men varje år tar patentägaren ställning till om han vill att patentet förnyas genom att erlägga en årlig avgift. Denna kostnad är förvisso inte hög, men kunskap om huruvida patent förnyas avslöjar om patentet är mindre värt än kostnaden för förnyandet. Figur 1 illustrerar den årliga kostnaden att för förnya ett patent år 2004.

Figur 2 illustrerar hur antalet beviljade patent har ökat i Finland sedan 1971. Denna ökning i beviljade patent är inte unik i Finland; i de flesta andra industriländer har antalet beviljade patent ökat sedan 1980-talet. En ökad patentering bör inte förväxlas med ett ökat värdet av de industriella rättigheterna.



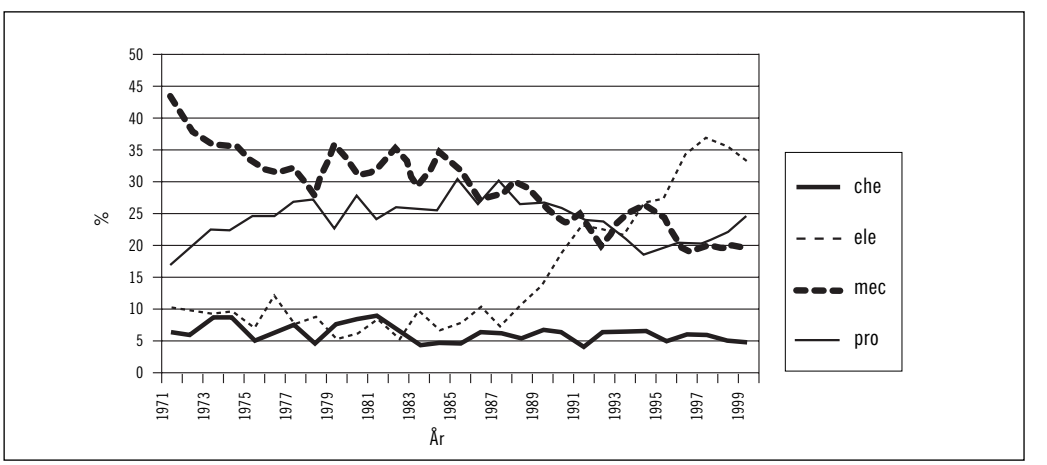
Figur 2: Antalet beviljade patent i Finland 1971–1999.



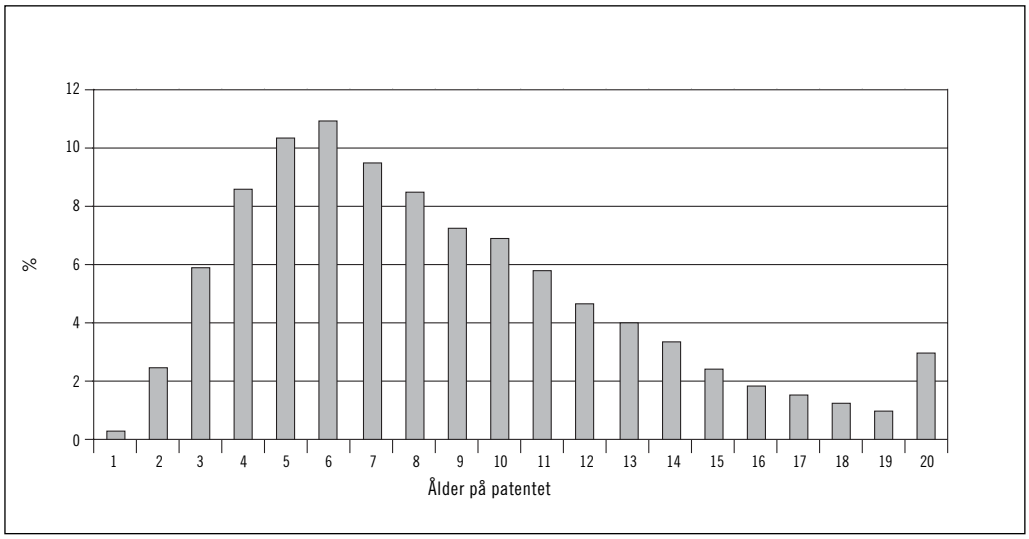
Figur 3: Antalet beviljade företags- och privata patent i Finland 1971–1999.

En närmare titt på ökningen av beviljade patent visar att ökningen främst är en ökning av företagspatent (Figur 3). Individer patenterar idag i samma utsträckning som på 1970-talet, men företagens patentering har förändrats. Dels beror en ökad patentering på att antalet företag som patenterar har stigit, men dels innebär en ökad patentering också att patenteringsstrategierna har förändras med tiden.

Figur 4 illustrerar hur den teknologiska sammansättningen av patent har förändrats under de senaste decennierna. På 1970 talet beviljades mest patent på mekaniska uppfinningar. På 1980-talet patenterades nästan lika mycket uppfinningar på processer



Figur 4: Procentuell andel patent som tillhör de största teknologierna.
che = kemikalie patent, ele = elektronik patent, mec = patent på mekaniska uppfinningar, pro = patent på processer.



Figur 5: Fördelningen för antalet år ett patent förnyas.

som på mekaniska uppfinningar. I slutet av 1980-talet ökade patent på elektroniska uppfinningar kraftigt och denna ökning har fortsatt under hela 1990-talet.

Patent kan förlängas upp till 20 år, i vissa fall t.o.m. upp till 25 år. Ur figur 5 framgår att 50 procent av alla patent förfaller före det tionde året. En stor del av alla patent förnyas inte ens efter det 5 året och endast cirka 3 procent av alla patent uppnår en ålder på 20 år.

VÄRDET AV PATENT – CENTRALA RESULTAT

I denna presentation ligger fokuseringen på det privata värdet av patentet, dvs. på det ekonomiska värdet som patentet ger patentinnehavaren.

Det estimerade värdet är ett värde som baserar sej på intuitionen att patentinnehavaren endast förnyar ett sådant patent vars årliga intäkter är större än de årliga kostnaderna att förnya patentet. Det estimerade värdet är ett estimat i underkant av många orsaker. För det första är de årliga kostnaderna väldigt låga och i dessa kostnader ingår inte kostnaderna för att ansöka om ett patent. För det andra ingår i databasen endast finländska patent i Finland. Patent som ägs av inhemska företag eller privatpersoner är av lägre värde än patent som ägs av utländska företag i ett land. För det tredje förbiser jag det faktum att värdet på ett patent eventuellt påverkar värdet på andra patent i ett företags patentportfölj.

Det estimerade medelvärdet på finländska patent under tiden 1971–1989 är cirka 10 000 euro (prisnivå år 2000). Det första generella resultatet är att de flesta patent är lite, eller inte alls värda. Ett företag kan således ha 100 patent av vilka alla, eller 99 är värdelösa. Detta resultat innebär att information on antalet patent är värdelöst ifall vi inte besitter kunskap om hur värdet är fördelat.

Företagspatent är i genomsnitt mer än hälften mer värdefulla än patent som ägs av privata personer. En orsak till detta resultat ligger i att värdefördelningen på företagspatent har större standard avvikelse än värdefördelningen på privata personers patent. Det finns alltså procentuellt sett en större andel företagspatent som inte är värda någonting samtidigt som sannolikheten

att ett företagspatent är mycket värdefullt är större än sannolikheten för värdefulla privata patent.

Resultaten tyder på att patent är mer värdefulla inom vissa industrier än andra. Patent som skyddar instrument, eller patent inom kemikalie- eller inom den farmaceutiska industrin är mer värda än patent som t.ex. skyddar uppfinningar på konsumtionsvaror. Patent på elektroniska uppfinningar har också ett högt värde. Orsakerna till varför patent inom vissa industrier är mer värdefulla än inom andra kan bero på två faktorer. Dels kanske patent är ett viktigt sätt på vilket företag skyddar sina uppfinningar och därför har patent ett högt värde. Dels kan ett högt värde på patent reflektera det facto att andra alternativa sätt att skydda uppfinningarna (t.ex. affärshemligheter) är effektiva och då företag väljer att patentera en uppfinning måste patentet vara av högt värde.

AVSLUTANDE DISKUSSION

Ett centralt resultat i min forskning är att privata personer äger patent av lägre värde än företag. För att förhindra att endast stora företag är framtidens patentinnehavare bör finansieringen av och marknaden för teknologiska framsteg utvecklas.

Resultaten tyder på att små ägare skyr risk, dvs. går en säkrare väg och avstår från att patentera innovationer med hög risk och samtidigt hög potential. Att äga endast ett patent är riskfyllt, men om små patentägare kunde diversifiera sej på samma sätt som t.ex. aktieägare kan, genom att inneha aktieportföljer, eliminera en del av risken samtidigt som den förväntade vinsten förblev på en hög nivå. I USA finns det redan flere investeringsbanker som sprider patentägares risker och också i Europa har det börjat växa fram företag som köper andelar i patentportföljer i hopp om lukrativa licenskontrakt.

Resultaten tyder också på att även om det finns skillnader i värdet mellan företags- och privata patent då patentet beviljas tenderar denna skillnad att växa med patentets ålder. Detta resultat indikerar att små patentägare ofta misslyckas i att kommersialisera sin produkt och eventuell behöver ökade incentiv (eller medel) för en effektiv kommersialisering.

Ett problem för små patentägare är saknaden av en marknad för patent. En plattform för köpare och säljare av ny teknologi skulle inte enbart öka små patent ägares möjligheter att dra nytta av sina uppfinningar, men även möjliggöra bättre spridning av teknologi. Man kan kanske påstå att det i USA redan finns en marknad för ny teknologi eftersom företag såsom Ocean Tomo arrangerar auktioner för industriella rättigheter. En dylik auktion för industriella rättigheter arrangeras nu för första gången även i Europa (München) i mars 2007.

Kari Nars:

Pengar och lycka

Schildts Förlags Ab, Helsingfors, 2006.
ISBN: 951-50-1629-0

Kari Nars bok *Pengar och lycka* har redan fått mycket uppmärksamhet och också sålt bra. Den behandlar ett tema som väckt allt större intresse: blir vi lyckligare av högre inkomster och mera konsumtion? Om så inte är fallet: vad är det som ger oss lycka? Och vidare: hur skall vi ordna samhället om det inte är ekonomisk tillväxt som leder till lycka?

Kari Nars har gått grundligt tillväga beträffande de två första frågorna, men hans svar på den tredje frågan är ambivalent.

Boken är rik på material av olika slag. Den redogör för lyckoforskningen, olika tänkares uppfattning av lycka, pengarnas historia och psykologi, lyckans väsen och vad som gör människan – i synnerhet finländaren – lycklig. Han ställer frågan om rika är lyckligare än fattiga, hur lottovinster och optioner påverkar oss. Hur inverkar arbete, arbetslöshet och fritid, utbildning och intelligens, religion och klimat, civilstånd och kön på lyckan? Dessutom frågas huruvida mer välfärdsstat eller mer demokrati leder till mer lycka. I slutet av boken väntar kapitelrubriker som Meningen i livet och Vägen framåt blir tyngre.

Denna digra redogörelse får ibland karaktär av en välskriven katalog, där allt finns med, men nästan ingenting behandlas med tillräckligt djup. Den som har följt med lyckoforskningen hittar få nya infallsvinklar eller spännande resonemang.

Trots att genomgången av de kända filosofernas bidrag visar att lycka är ett svårfångat begrepp visar de empiriska studierna att vi vet förvånansvärt mycket om vilka faktorer som har den största betydelsen för om vi känner oss lyckliga eller inte. Mycket viktiga är familjeliv, hälsa, vänskapsrelationer, kärlek och en tryggad grundinkomst. Rätt viktiga är ett intressant arbete, en säker arbetsplats, naturen, att lära sig och uppleva nytt samt intressanta hobbyer. Inte så viktiga är andlighet, hög levnadsstandard, deltagande i samhällslivet eller en god social ställning.

Kari Nars huvudbudskap är att mera pengar och högre levnadsstandard i ytterst ringa grad påverkar vår lycka. Lotto- och optionsmiljonärernas situation tycks inte alls vara avundsvärd. Trots ständigt stigande inkomster har inte lyckan ökat nämnvärt. I USA förefaller det som om man var lyckligast på 1950-talet. Att ha högre inkomster än den referensgrupp man anser sig tillhöra ökar visserligen personens tillfredställelse med livet, men i motsvarande mån känner sig den som har lägre inkomster missnöjd. En allmän inkomstökning tycks därför inte leda till en bestående bättre lycka. Att råka ut för en skilsmässa eller att bli arbetslös skulle kräva en sagolik inkomstökning för att alls kunna kompenseras.

Människans natur är sådan att hon alltid vill ha mer. Folk är ofta så fokuserade på sina egna realiteter att de inte ställer sig den vettiga frågan om den rikare grannen innerst inne är lyckligare. I så fall skulle saken

sannolikt te sig lite annorlunda. Också enligt finländsk forskning stiger människans ambitioner så gott som bergsäkert med högre inkomster. Det äter upp löneförhöjningarnas tilltänkta positiva effekt på arbetstillfredställelsen. (s.167)

Nars tangerar en paradox som förbryllat allt fler tänkare. Varför håller vi på och stressar och sliter för att få mera pengar, då det ju inte tycks vara ett sätt att öka sin lycka? Varför försummar vi ofta nära och kära – ja, rentav vår egen hälsa – för att skaffa allt det och lite till, som vi tror oss behöva? Varför verkar ekonomisk tillväxt, högre effektivitet, snabbare studier, senare pensionering och mera press på de arbetslösa vara så viktiga för samhällets beslutsfattare?

Richard Layard, som är en av vår tids mest kända arbetsmarknadsekonomer, tog sig an dessa frågor i boken *Happiness. Lessons from a New Science,* som kom ut 2005. I den framförde han flera kontroversiella teser, av vilka en var att vi borde höja progressiviteten i beskattningen för att minska inkomstskillnaderna och dämpa arbetsivern. Nars säger inget om detta radikala förslag. Han ställer sig också tveksam till om välfärdsstaten ökar människornas lycka. Förvånansvärt nog menar han att våra nordiska välfärdssamhällen inte producerar nämnvärt mera lycka och välmående än industriländer med små sociala satsningar, till exempel USA. Om välfärdstjänsterna uppfattas som givna traktar människorna ändå efter mera eftersom behoven är gränslösa, skriver han.

Nars resonemang är inte övertygande. De empiriska studierna visar att de nordiska länderna har en lyckonivå som är mycket hög. *World Database of Happiness* anför för närvarande följande 5 i topp: Danmark, Schweiz, Österrike, Island, Finland. Därefter kommer Sverige som sjätte; Norge är nionde och USA sjuttonde. Det finns goda argument och flera studier som tyder på att en jämnare fördelning av välfärden höjer den genomsnittliga lyckan. Nars framhåller själv betydelsen av ett gott socialt kapital, men ett sådant är svårt att upprätthålla i ett polariserat samhälle.

Än svårare blir det att följa Nars logik när han i slutkapitlet behandlar de utmaningar vi står inför. För n:te gången får läsaren bekanta sig med globaliseringens krav på en allt snabbare anpassning. Våra framtidsutsikter är dåliga och vi kommer att få det allt svårare i den internationella konkurrensen.

Finlands usla placering beror på att produktiviteten hos oss väntas stiga långsamt därför att arbetskraftens tillväxt är så liten och att landet är mindre utsatt för utländsk konkurrens. (s.260)

Nars är rädd för att alla förväntningar inte kan uppfyllas i det hårdare ekonomiska klimatet och att resultatet därför kommer att bli besvikelse och olycka. Han räknar upp en rad kända rekommendationer: mer dynamisk inhemsk konkurrens, mer utländsk arbetskraft till Finland, ökat kulturellt utbyte, längre arbetsför ålder och mer specialiserad utbildning. Hans lyckorecept blir å ena sidan anpassningsförmåga, innovativitet, supereffektivitet och kostnadsbesparingar, men å andra sidan skall vi tänka på meningen med livet, ägna oss åt familj, släkt och vänner, sträva efter ”en aktiv men balanserad tidsanvändning”, samt dämpa jakten efter personliga inkomster.

Det hela kan sammanfattas så att staten och näringslivet inte behöver tänka om ett dyft, men vi vanliga människor skall trots det göra det – ägna oss åt sådant som är bra för vår lycka, till exempel ge mera tid åt familj och vänner och inte stressa efter mera pengar. Hur skall det gå ihop? Behövs det inte nytänkande framför allt beträffande konkurrens- och effektivitetslogiken på makronivå? Inte kan väl den enskilde ställa sig utanför det allt tuffare racet? Om man inte anammar den nya andan lämnas man ju helt enkelt utanför och det är knappast bra för ens lycka.

Efter de centrala kapitlens många visa tankar sjunker slutfunderingarna som kosvansen:

Trycket att genomföra omstörtande reformer inom arbetslivet, skatte- och pensionssystemet och välfärdstjänsterna kan skapa svåra konflikter, en kulturens kollision och leda till att Finland nu seglar på toppen av lyckans isberg som håller på att smälta. (s. 263)

Illustrationerna i boken är ritade av författtarens son Fredrik. De är skojiga och hjälper läsaren att komma in i vad nästa kapitel skall handla om.

Som den pedant jag som universitetslärare blivit måste jag peka på två logiska fel som Nars gör sig skyldig till. Han skriver:

I samma anda definierar sig en bred majoritet av de amerikanska inkomsttagarna på alla inkomstnivåer som framgångsrika: hela två tredjedelar av dem intalar sig att de har inkomster som överskrider genomsnittet – vilket är en matematisk omöjlighet! (s.139–140)

Visst är det klart att amerikanarna grovt överskattar sin relativa framgång, men någon matematisk omöjlighet är det här inte fråga om. Det är tänkbart att en tredjedel har betydligt lägre inkomster än de två tredjedelar som – med rätta – tror sig ligga ovanför genomsnittet.

Nars skriver också att fattigdomen ökar automatiskt om höginkomsttagarnas inkomster stiger snabbare än andras. Det stämmer inte. Den relativa fattigdomen mäts ju med hjälp av medianen – inte genomsnittet – och därför spelar det ingen roll för fattigdomens omfattning om de som har inkomster som överstiger medianen får stora inkomstökningar.

Den relativa fattigdomen ökar bara om medianinkomsterna stiger snabbare än deras inkomster som ligger just ovanför fattigdomströskeln – till exempel 60 procent av medianinkomsten.

JAN OTTO ANDERSSON
Akademilektor, Åbo Akademi

Nya medlemmar år 2006

Följande nya medlemmar hälsas varmt välkomna:

Sofie Kulp
Lisbeth Rantala
Veronica Palmgren
Simon-Erik Ollus
Jussi Laitinen
Carsten Måsabacka
Hans-Kristian Sjöholm
Kimmo Sinivuori
Solveig Törnroos-Huhtamäki
Henrik Aminoff
Alexander Antas
Trygve Eriksson
Charlotta Gustafsson
Henrik Janér
Andreas Lindholm
Hannu Penttinen
Michael Rémy
V.J. Kantola
Arto Thurlin
Markus Österlund
Benedikt Arnason
Susanne Stenfors
Martti A Huhtamäki
Philip Kjellberg
Annika Sandström
Josefin Söderholm
Johan Storgårds
Tommy Olin
Marianne Von Knorring
Christian Karlsson
Mona Groop
Oscar Eklöf
Johannes Schulman
Niklas Jakobsson
Kiril Kesarev
Ralf W Saxén

Pol.mag. Pia Schauman erhåller Ekonomiska Samfundets Ekonomipris år 2007

Ekonomiska samfundet i Finland r.f. har instiftat ett ekonomipris att tilldelas en person som med god språkbehandling befrämjat den svenskspråkiga ekonomiska diskussionen i Finland. Ekonomiska samfundets styrelse har beslutat ge priset åt pol.mag. Pia Schauman vid radio- och TV-bolaget YLE. Pia Schauman arbetar som ekonomiredaktör och har sedan 1976 varit anställd vid Rundradion. Åren 1985 – 1989 var hon redaktionssekreterare, men ägnar sig numera åt att ta upp och analysera ekonomiska händelser. Pia Schaumans analyser är klara och koncisa och begripliga även för en större lyssnarkrets.

PRIS FÖR BÄSTA ARTIKELBIDRAG

Pris till minne av J.V. Tallqvist för bästa artikel publicerad i Ekonomiska Samfundets Tidskrift

Styrelsen för Ekonomiska Samfundet i Finland har fattat beslut om att årligen i maj utdela **ett pris på 4 000 €** för bästa artikel publicerad i Ekonomiska Samfundets Tidskrift under föregående år. Priset kallas för Priset till minne av J.V. Tallqvist och är avsett att öka intresset för att publicera artiklar i ekonomiska frågor på svenska. Professor J.V. Tallqvist hörde till grundarna av Samfundet och han ansvarade ensam för utgivningen av Ekonomiska Samfundets Tidskrift under åren 1923 – 1947, alltså i det närmaste ett kvartssekel.

Beslut om vem eller vilka som erhåller priset fattas av styrelsen på förslag av redaktionen. I den händelse ingen av de under året publicerade artiklarna kan anses uppfylla tillräckliga kvalitetskrav, kan styrelsen besluta om att låt bli att dela ut priset. I undantagsfall kan priset också utdelas för en serie artiklar publicerade under flera år.

För närmare uppgifter om inlämnandet av artikelbidrag se Samfundets hemsida www.ekonomiskasamfundet.fi/est/ eller kontakta redaktionssekreteraren Sonja Grönblom (e-mail adress: sonja.gronblom@abo.fi).

Innehåll 2006

ARTIKLAR

HANS C. BLOMQVIST:
Finland och globaliseringsspöket 7

JENNIE ELFVING och MALIN BRANNBACK:
Informationens kvalitet och kvantitet
– en innehållsanalys av finska och svenska
bioteknologiföretags hemsidor 19

BJORN FRISK:
Sälj först, tänk efter sedan – erfarenheter
av massprivatiseringar i östeuropa 29

JAN OTTO ANDERSSON:
Homo economicus och homo reciprocans ... 63

TOM BJORKROTH och MARTTI VIRTANEN:
Konkurrensuppföljningens rennässans
– behövs en inre syn på företaget? 71

LARS OXELHEIM:
Transparens, IFRS och ekonomisk tillväxt ... 85

NIKIAS SARAFOGLOU:
Hur mäta produktivitet och hur produktiva
är svenska professorer i nationalekonomi?... 95

KRISTINA HEINONEN:
Den digitala verkligheten – dröm eller ångest?
Ett marknadsföringsperspektiv på digitala
konsumenttjänster 125

MAGNUS HENREKSON och
DAN JOHANSSON:
Beskattningen och tillväxtens aktörer 133

HEIDI SOININEN:
Matchningen på den finländska
arbetsmarknaden 145

FÖREDRAG

ULLA-MAJ WIDEROOS:
Finanspolitiken som styrinstrument
för samhällsbygget 63

JAN SAARELA:
Länkade registerdata från Sverige
och Finland: möjligheter och problem 153

REFERAT

TOM BJORKROTH:
Den första barometern för äldreomsorgen
– köp av tjänster väntas öka 157

RECENSIONER

BO SÖDERSTEN (red.):
Globalization and The Welfare State
(Bjørn Thalberg) 43

BERTIL ROSLIN:
Tillväxt, förändring och osäkerhet.
Ett halvt sekel i universitetsvärlden
(Leif Nordberg) 49

BOSCHINI, ANNE D.;
JONUNG, CHRISTINA och PERSSON, INGA:
Genusperspektiv på nationalekonomi
(Hans C. Blomqvist) 113

JAMES BUCHAN:
The Authentic Adam Smith.
His Life and Ideas
(Bo Sandelin) 161

BROWN, ROGER J.:
Private Real Estate Investment.
DataAnalysis and Decision Making
(Patrik Skogster) 163

Contents in brief

Åke Finne
(Swedish School of Economics and Business Administration)

Relationship Communication – what is that? *5*

In order to bring insight into the emerging concept of relationship communication, in this article concepts from two research traditions are combined. Based on those research areas a dynamic relationship communication model is developed. The model put a strong focus on the receiver in the communication process. The dynamic communication model is discussed both as empirical tool and a tool for management. The model is a useful tool in tracking relationship communication and in demonstrating how it differs from other types of communication. The importance of the time dimension in relationship communications is discussed. The possibility of reducing communications is also briefly commented.

Johan Lönnroth
(Göteborg University, Sweden)

The Gothenburg School – practical, believing in free academia, history oriented, for popular education, social. *17*

The Gothenburgers felt unfairly treated by the state, it applies not least to higher education since Lund was preferred as the second university in Sweden. Almost all higher education institutions were established through initiatives and donations from the city's economic elite. Those institutions were also inspired by the cultural idealists Grundtvig and SA Hedlund, who wanted to have a "free academy" without exams and directed to a broader public than the rigid traditional universities. Economic education were to be characterized by near connections to history, sociology and also a high demand for practical usefulness. The first professors in economics (national economics) Gustaf Steffen (who also had sociology) and Gunnar Silverstolpe were well fit to this context. This broad tradition still lives today through a relatively strong position for environmental economics and other areas in the outskirts of mainstream economics.

Kari Nars
(Advisor, Council of Europe Development Bank, Paris)

Modern Happiness Science and Money *27*

The article analyzes the happiness philosophy, the modern happiness science and the relationship between happiness and money income. It discusses the psychology of money and the happiness levels in different countries, as well as the nature of happiness and life satisfaction and what really makes people happy. In Finland the five leading happiness factors are a good family life, robust health, friends, love and a safe earnings level, while high incomes and wealth are not highly rated. The article further discusses why the rich and the lotto winners are not substantially happier than others and why GNP is a deficient indicator of a country's happiness level. The effect of income increases on happiness is marginal after a certain level has been achieved, and the same holds true for intensive consumption activity and social policy expenditures, due to peoples' unsatiable expectations. It may turn out to be difficult to maintain a high average level of happiness in a continuously hardening global competitive climate, as the ingrown Western welfare culture will clash with the tough demands for adaptation in work life and social policy.

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.

För mera information se:
www.ekonomiskasamfundet.fi

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 FOR LITTERATUR-FORTECKNING 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 käynyt. 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.