

Skojarnas marknad

RECENSION

Alla som har försökt få tag i en taxi vid en svensk tågstation vet att taxin längst fram i kön oftast inte är ett speciellt bra val. I spåren av avregleringen av den svenska taximarknaden har det bildats en svans av mindre seriösa taxibolag vars affärsidé är att lura kunder som är stressade, eller mindre informerade, att betala ett överpris. Marknader har otvivelaktigt många positiva egenskaper. Men taxisexemplet belyser att det också finns en baksida. Det är denna baksida som står i centrum för Akerlof och Shillers senaste bok *Phishing for Phools*. De framhåller att samma marknadskrafter som ger produktutveckling och pressade produktionskostnader även lurar kunder och får dem att börja efterfråga produkter som gör dem olyckliga.

Bokens utgångspunkt är att *phishers* (säljare, politiker och lobbyorganisationer) kan påverka och manipulera *phools* (individer och myndigheter) att fatta beslut som inte ligger i deras eget intresse. Detta eftersom individer har två huvudsakliga egenskaper som gör dem påverkningbara. För det första har de begränsad kunskap, vilket gör dem känsliga för ny information och hur den presenteras; de är *informational phools*. Som ett exempel nämns de investerare som blev vilseledda av felaktiga kreditvärderingar innan den finansiella krisen 2008. För det andra styrs individer av känslor och kognitiva processer, vilket leder till beslut som inte gagnar deras långsiktiga välbefinnande (*psychological phools*). Som bekant tenderar många att äta för mycket och träna för lite, trots att hälsoriskerna är välkända.

Att beslutsfattare har bristande information och ibland handlar på ett sätt som är i strid med deras långsiktiga mål är förvisso ingen nyhet. Mer intressant är att Akerlof och Schiller föreslår att dessa tillkortakommanden kan samlas under en mänsklig tendens att se handlande som en del i en större berättelse. Inspirerade av sociologisk och socialantropologisk forskning menar författarna att berättelsen leder oss till att fokusera på särskilda aspekter av beslutssituationen. Därmed kan de som vill påverka våra beslut måla upp en berättelse som flyttar vårt fokus.

Givet att människor kan påverkas kommer företag och andra aktörer att utnyttja detta, till dess alla vinster uttöms. I Akerlof och Shillers terminologi har då en *phishing-jämvikt* uppnåtts. De betonar också den dynamiska aspekten, att marknaden driver fram förändringar och innovationer som gör att fler kan vilseledas. Det är inte en tillfällighet att vissa av taxiskojarna längst fram i kön har valt loggor och namn som är förvillande lika de seriösa bolagen, eller att biltillverkare har utvecklat mjukvara som kan manipulera utsläppstester.

Förekomsten av *phishing* illustreras i boken på ett populärvetenskapligt sätt med hjälp av en lång serie exempel. Som för att understryka begreppets allomfattande natur, är exemplen hämtade från en spretig samling av tillämpningar. Föga förvånande belyser boken hur marknadsföringsstrategier genom historien har varit inriktade på att ge skenbar produktinformation och skapa nya köpbefov. Med tanke på författarnas tidigare arbeten är det heller inte överraskande att många tillämpningar är hämtade från den finansiella sektorn. Ett genomgående tema i dessa kapitel är att aktörer på olika sätt fått finansiella instrument att te sig mindre riskfyllda än de verkliga är.

Andra exempel som tas upp i boken

George A Akerlof
och Robert J Shiller:
*Phishing for Phools: The
Economics of Manipulation
and Deception*,
Princeton University
Press, 2015, 288 sidor,
ISBN 978-06-9116-
831-9.

relaterar till konsumtion av livsmedel, läkemedel, tobak och alkohol. Boken beskriver vidare hur bilförsäljare försöker skinna kunder genom att få dem att köpa dyra tilläggspaket och samtidigt få priset att verka lågt genom att fokusera på månatliga kostnader. Denna exposé av exempel är underhållande läsning, men sammantaget blir det lite väl splitttrat. Och detaljerade beskrivningar av sakförhållanden gör på sina ställen att kopplingen till bokens övergripande tema går förlorad. På flera ställen hade det varit önskvärt om författarna zoomat in och fokuserat mer på att skapa förståelse och struktur kring hur, och varför, individer låter sig lockas.

En möjlig invändning mot boken är att författarna målar upp en halmgubbe. Alla nationalekonomer ser väl inte marknaden genom ett rosa skimmer av effektivitet och innovationsanda? Men när det gäller den fria marknadens problem menar Akerlof och Shiller att ekonomer främst baserat sin kritik på sakförhållanden. Externaliteter och initial ojämlikhet av resurser har stått i centrum. De problem som boken behandlar är i stället direkt kopplade till marknadens inneboende logik. Ekonomer citerar gärna Adam Smith som framhöll att det inte är välviljan hos slaktaren, bryggaren eller bagaren som leder till goda samhällsutfall, utan deras vilja att söka vinst. Men Akerlof och Shiller menar att denna strävan efter vinst leder till effektivitet och innovationer också när det gäller att duper, locka och vilseleda. Och att denna aspekt har fått alltför lite utrymme inom forskningen och debatten.

Som läsare brottas man dock med frågan om hur stora problemen egentligen är. Svansen av oseriösa taxiförare går väl att acceptera om marknaden i övrigt fungerar väl? I många fall finns ju också möjligheter att skydda konsumenterna. Produkter kan standardiseras, pristak kan sättas upp (finns nu på vissa taxi-

resor) och krav kan ställas på att redovisa kostnader på ett transparent sätt (se t ex Normanbeloppet för fonder). Men Akerlof och Shiller menar att problemen är stora och når bortom enskilda marknader. Effekterna av missvisande kreditbetyg under finanskrisen kan närmast beskrivas som enorma. Och effekterna spred sig långt bortom den ursprungliga marknaden.

Akerlof och Shiller menar också att bokens tema sträcker sig utöver rena marknadsaspekter till fenomen som innovationer och ekonomisk tillväxt. Ekonomisk tillväxt bygger som bekant på produktivetsförbättringar, men kan man översätta produktivetsförbättringar till ökat välstånd? De använder sig av införandet av cigaretrullningsmaskinen som exempel. Den levererade förvisso stora produktivetsförbättringar och ledde till en efterföljande explosionsartad försäljningsökning av cigaretter. Men utvecklades vårt välstånd? Eller var det snarare så att företagen profiterade på *psychological phools* tendens att utveckla beroendartade beteenden? Om det är så att företag utvecklar nya produkter som vi egentligen inte vill ha, men ändå köper, gynnar det då vårt välstånd? Ett mer kontroversiellt och samtida exempel som Akerlof och Shiller nämner är Facebook. Helt klart är det en uppskattad tjänst, men det finns också en baksida av beroenderelaterad karaktär. Författarna gör även kopplingen mellan *phishing* och den oro som individer i USA uppger inför att inte kunna betala sina räkningar. Med det välstånd som finns i USA borde individer inte behöva ligga sömnlösa med rädsla för att inte få ihop hushållsekonomi – om det inte vore för alla de behov som marknadens aktörer lyckats väcka.

Här kunde boken ha landat i en intressant diskussion kring den bakomliggande frågan om hur det ska bedömas vad som är bra för individen och vem som ska stå för bedömningen. Under det

traditionella nationalekonomiska paradigmet är individens val som bekant ett resultat av nytto-maximering, vilket gör att välfärden utvecklas bäst om individerna släpps fria och tillåts göra sina egna val. Inskränkningar i sådana fria val uppfattas ofta som ovälkommen paternalism. I Akerlof och Shillers värld däremot, fattar individer ibland beslut som egentligen inte gagnar dem. Alla kan nog identifiera situationer där detta är sant, men gränsdragningsproblematiken kvarstår och här ger boken inte mycket till vägledning.

Akerlof och Shiller skriver utifrån en amerikansk horisont, men frånsatt ett kapitel om politiska kampanjbidrag är det mesta direkt överförbart till en svensk kontext. Utgångspunkten tenderar dock att vara annorlunda. De argumenterar bl a för en höjning av alkoholskatten, men detta görs från en nivå som är mindre än en femtedel av den svenska skattenivån. Så även om Sverige inte längre kan beskrivas som ett utpräglat förbudsland, tydliggör de amerikanska exemplen att den svenska traditionen av regleringar och statlig kontroll är fortsatt relativt stark. Och i många fall kan boken ses som ett försvarstal för denna tradition.

För det svenska sammanhanget är det även träffande att lägga Akerlof och Shillers perspektiv på de senaste decenniernas avregleringsvåg. Författarna framhåller att *phishing*-problematiken blir störst på marknader där varan är svår att standardisera. Ett typexempel på en sådan marknad är skolmarknaden. Baserat på bokens resonemang går det att misstänka att skolor kommer att skära ner på sådant som inte har kort-siktig attraktionskraft för eleverna (t ex bibliotek och elevhälsa) och i stället förflytta fokus till sådant som en 15-åring lockas av (gratis dator, extra studiebidrag, hjälp med körkort). Kanske inte direkt överraskande, men ändå tanke-

gångar med klar verklighetsförankring.

Författarnas syn på berättelser, och deras roll för beslutfattande, förekom också i deras tidigare bok (Akerlof och Shiller 2009), men nu går de ett steg längre. De framhåller att de fel och skevheter i mänskligt beslutsfattande som tidigare har dokumenterats kan ses som ett uttryck för att handlandet följer en given berättelse. Detta är intressant, men generaliseringens baksida är att konturerna bleknar och precisionen i framställningen minskar. Slutsatsen att beslutsfattande styrs av berättelser blir uddlös om berättelserna saknar struktur och form. Om berättelserna står fria att fyllas med allt som kan tänkas förklara ett visst beteende, kan också allt förklaras. Däremot blir teorin svår att förkasta. Det hade varit intressant om författarna hade utvecklat resonemanget och specificerat vilka fördelar som finns med deras angreppssätt gentemot en mer traditionell framställning av beslutsfattande.

Oavsett om man ger författarna rätt i att nationalekonomer fokuserat för mycket på marknadens goda sidor eller ej, ger boken en nyttig påminnelse om den baksida som marknadskrafterna för med sig. Likt en osynlig mörk hand tar de många former, dyker upp överallt och letar vägar runt regleringar och hinder. Ständigt uppstår nya metoder med syfte att vilseleda och locka. Avsändarna gagnar, men inte med självklarhet mottagaren. Boken ger inget svar på när kostnaderna blir stora nog att motivera ingripanden och regleringar. Men boken sänder en övertygelse om att vi bör tänka bra, och dåligt, om marknader. Gott så. Och kanske kan detta tankesätt med tiden göra oss bättre på att upptäcka när skojaren kommer utklädd till slaktare, bryggare eller bagare.

Erik Wengström

Docent i nationalekonomi vid Lunds universitet

REFERENS

Akerlof, G A och R J Shiller (2009), *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*, Princeton University Press, Princeton, NJ.