

Den där marknaden – Om utbyten, normer och bilder

Under den senaste 20-årsperioden har hänvisningar till marknaden blivit ett allt vanligare fenomen. Politiker och ekonomer påpekar ständigt vikten av att marknader borde avregleras, stimuleras eller återregleras. Samtidigt är de flesta av oss i daglig kontakt med marknader. Det sker främst genom olika konkreta utbyten, men även genom att vår omvärld ständigt förser oss med olika bilder av vad marknader är eller borde vara. I denna bok fokuserar författarna på marknaden som fenomen och frågar sig hur marknader utvecklas i samspelet mellan utbyten, normer och bilder.

Eftersom det är en redaktörsbok har totalt tio forskare (företagsekonomer) varit med och lämnat bidrag. De flesta av kapitlen är dock skrivna av redaktörerna själva som står för sex av bokens tio kapitel. I förordet sägs boken vara ett resultat av en informell läsgrupp om teknisk- och vetenskapsstudier. Den informella läsgruppen har successivt kommit att

intressera sig alltmer för marknader ur olika aspekter och perspektiv. Ett av bokens syften är därför att ”bredda dessa diskussioner om marknader och även involvera andra.” (s 9)

I bokens inledning får vi stifta bekantskap med såväl nutida som förgångna marknader, men också marknader i vardande. På de marknader som behandlas produceras varor och tjänster i såväl privat som offentlig regi. Alla marknader utvecklar sina speciella kännetecken. Bokens syfte är att bidra till en förståelse för hur dessa marknader uppnår sina respektive unika egenskaper.

Marknadsföreteelsen är ett intressant studieobjekt, främst med tanke på att marknadsaktiviteter kan ta sig i uttryck på flera olika sätt. Illustrativa liknelser av marknader har tidigare hämtats från bisamhällen, kristallskål med två biljardklot, drönares dans och handel med värdepapper framför en datorskärm. Via dessa marknadsmetaforer får visom läsare träffa Giacomo Laurenzani, en upprörd venetianare som inte vill bryta det egna handelsskråets ”fondaci” traditioner. Vi träffar också Rick som inte vet om han skall välja en trögflytande frisyrgelé (för låg kostnad) hos ointres-

BOKANMÄLAN

Claes-Fredrik Helgesson, Hans Kjellberg och Anders Liljenberg (red), *Den där marknaden – Om utbyten, normer och bilder*, Studentlitteratur 2004, 295 s.

serade Doris eller en superstark dito (för en högre kostnad) hos mysige Pete borta på hörnan (s 18).

Bilden av marknaden som ett konkret fenomen som faktiskt existerar ligger nog nära till hands för många av oss. Boken gör dock tydligt att marknaden som idé skiljer sig från marknaden som praktik. När teorierna om marknaden visar sig vara bristfälliga kan läsaren lätt börja fundera över om marknadsteorin verkligen beskriver verkligheten. Om inte, är det då fel på teorin eller är det rent av så att det inte finns någon ”riktig marknad”? Det skulle i så fall innebära att teorier om marknader existerar isolerade från det fenomen de säger sig avbilda.

I boken finns teoretiska trådar i samtliga kapitel. I det andra kapitlet beskrivs författarnas grundläggande synsätt på marknadsbegreppet. Marknaden betraktas både som en praktisk företeelse och som idéer om marknaden. Ombildningen antas ske i en översättningskedja. Konstruerandet av marknadspraktiken sägs ske i en process mellan utbytespraktik, utbildningspraktik och normeringspraktik. Begreppet marknad ses som konstruerat och dynamiskt vilket är ”ett resultat av olika former av praktik” (s 40–41). Marknaden betraktas därför i termer av en pågående konstruktion. För att förstå marknadspraktiken har författarna utgått från aktör-/nätverksansatsen. En slutsats som författarna drar, efter flera turer i texten, är att bilder av en marknad framkommer som en konsekvens av vissa typer av praktik. Det gör att fokus riktas mot samspelet mellan ”marknader” och ”idéer om marknader”.

Boken ger ett par illustrativa bilder av hur svårt det är för praktiken att vara lik den ideala (teoretiska) bilden av marknaden. Marknadslikheten manifesteras genom att olika typer av verktyg utvecklas och praktiseras. Ett exempel

ges i form av kalkylverktyget, vilket kan användas för att fatta rationella beslut i en upphandlingssituation. Intressant att notera är att kalkylverktyget faktiskt har formats efter föreställningen om hur köpare förväntas bete sig för att legitimt kunna etablera en situation av konkurrens. På så sätt har köparen ett verktyg, som gör honom till legitim köpare.

Även om vi inte har avsikten att i detta sammanhang gå igenom bokens samtliga kapitel förtjänar några att omnämnas (och därmed framhållas). Att agera köpare åt andra är inte fullt så enkelt som att köpa själv. I det femte kapitlet (skrivet av Karin Fernler) får vi möta den rationelle köparen som försöker utgå från de behov som finns vid behandling av patienter med svår övervikt. Att ta reda på vad andra människor egentligen behöver eller anses behöva visar sig vara en relativt omständlig och bitvis svår procedur. Frågan är hur det görs på bästa sätt. I kapitlet får vi möta ett antal beställare i ett större landsting som, genom att tillfråga en expertpanel, försöker fastställa behovet av vård. Vid den konferens som arrangerades var det svårt att nå konsensus mellan beställare och experter. Trots att beställartjänstemännen påpekade att landstinget hade relativt knappa resurser visade sig experterna vara beredda att prioritera åtgärder mot svår övervikt orealistiskt högt i förhållande till de pengar man hade till sitt förfogande. I kapitlet visar författaren tydligt på att experter har svårt att avge en ”neutral” bedömning.

I ett annat intresseväckande kapitel (skrivet av Hans Kjellberg) ställer sig författaren frågan vem som egentligen ska bestämma priset på varan? Ska priset på varor i våra dagligvarubutiker bestämmas av tillverkaren, distributören, säljaren eller av staten? I kapitlet ges en intressant beskrivning av när Sverige, under perioden 1945–1955, successivt gick från bruttoprisättning till pris-

rekommendationer. Tidigare fanns ett system där tillverkarna bestämde försäljningspriserna även i efterföljande led ut i varudistributionskedjan. Två viktiga initiativ att förändra prissättningen togs av Hakonbolaget (dåtidens största privata grossist) och Nyetableringssakkunniga (expertgrupp inom Handelsdepartementet). Förändringen genomfördes genom utformandet av nya orderformulär, varukataloger och påminnelseappar. I beskrivningen av Hakonbolaget tar författaren i några korta sentenser hjälp utav Goffman (1974/1986) för att lyfta förståelsen för hur Hakonbolaget med hjälp av nya beteenden och anpassad rekvisita stärkte sin makt. Tidigare metoder med försäljare som regelbundet besökte butikerna kallades med övertygande retorik för ”fel beteende”, medan den nya modellen där handlaren själv skickade en order framhölls vara ”rätt beteende”. Den skriftliga instruktionen från 1950 (s 221) är tankeväckande. Det hade därför varit värdefullt med ytterligare analyser av Hakonbolagets uppvisade beteende, gärna med mer av Goffmans insiktsfulla teoriram.

De olika författarna i boken använder unisont och lojalt samma teoretiska verktyg i kapitel efter kapitel. Den kritiske läsaren kan uppleva det som att de teoretiska verktygen får större tyngd än värdet av att begripa marknaden som företeelse. Det innebär inte att teorierna inte bidrar till viktig förståelse av marknaden. Tvärtom. Men upprepningar och bristen på variation skapar en förutsägarhetsstörrelsen. Läsaren börjar snart ana vad konklusionerna kommer att utmynna i och ett behov av bredare och kontrasterande bilder uppstår. Detta samfälliga teorival gör, i någon mån, att tolkningarna ibland känns anpassade till de teoretiska verktygen snarare än att verktygen är valda för att begripa ett komplext fenomen. Detta kan sammantaget upplevas som att kapitlen antar en

karaktär av benämningsstudier, det vill säga att studien i första hand är inriktad på att låta begreppsapparaten ge fältet, i det här fallet marknader, en definition. En styrka i boken är dock de empiriska avsnitten som teorierna tillämpas på. Det handlar verkligen om marknader på bredden och genom tiden, från telefonmarknader och sjukvårdsmarknader till aktiemarknader och flygmarknader vidare till kapitlet om Hakonbolaget under 1940-talet.

En styrka (å andra sidan) med författarnas teorival är det grannliga försöket att upphäva skillnader mellan nivåer och kategorier. Detta görs genom att fokus utgörs av praktiken som tillämpas på såväl mikro som makro, samhälle och teknik samt i inomorganisatoriska respektive mellanorganisatoriska fenomen. Detta bidrar till att beskrivningarna upplevs som levande och variationsrika, men med ett tydligt genomgående tema, marknader. I institutionell anda tillskriver författarna de tre teoretiska begreppen normerings-, utbildnings- och utbytespraktik en roll som ”intermediärer”, det vill säga att analyserna inte är platta ögonblicksbilder utan relaterar till tids- och rumsövergripande rörelser.

I en del avseenden har författarna haft de sedvanliga bekymren som mycket av samhällsvetenskaplig forskning bär med sig. Syftet med boken sägs redan i inledningen vara att begripa hur marknader skapas och av vilka (s 11). Bakom detta ligger en föreställning om att idéer om marknader samspekar med marknader och bidrar till deras utformning. Detta innebär att marknader är en konsekvens av ett ”sammanflätat kollektivt handlande (s 249). I avslutningen säger sig författarna vara ”konstruktivt kritiska” (s 253), det vill säga att det finns en möjlighet för individer att bidra till utformandet av marknader samtidigt som de ifrågasätter mänskliga framåtsyftande strävanden, reformer och andra typer

av målmedvetna handlingar. Den kritiske läsaren hade säkert efterfrågat en tydligare distinktion. Det är inte speciellt kontroversiellt att stämma in i kritiken av naiv framstegsoptimism och enfaldig reformiver. Det är å andra sidan inte heller orimligt att ställa sig tveksam till den reform- och styrningspessimism som ibland präglar svensk samhällsvetenskaplig forskning. Var ställer sig då författarna? Det framgår att utgångspunkten är en kritisk hållning med inslag av viss voluntarism, vilket framkommer i mycket försiktiga ordalag.

Som läsare blir man varse att begreppet marknad är ett omfattande begrepp. Det kan betyda många olika saker beroende på vem som tolkar och sätter det i ett sammanhang. Det som presenteras teoretiskt känns bekant. Många böcker (skrivna av företagsekonomer) handlar om imitering, översättningsteori och isomorfismer. Frågan är om inte författarna hade kunnat ”väsas pennan” och utmana läsaren ytterligare. Pendlandet mellan det abstrakta och det konkreta gör att framställningen på sina håll inte är fullt så distinkt. Samtidigt som läsaren får en insikt i marknadsfenomenets komplexitet hade en konkretare beskrivning av bokens resultat lyft framställningen ytterligare ett steg.

Boken skulle ha tjänat på en viss breddning och vitalisering av den teoretiska referensramen. Kanske kunde olika synsätt bidra till att måla kartan av marknaden? Det skulle möjligen göra analyserna mindre förutsägbara. Vi som läsare efterfrågar även en diskussion om vilken betydelse mänsklig påverkan och målmedvetenhet spelar. Till bokens starka sidor vill vi framhålla de empiriska beskrivningarna som, mellan varven, är riktigt levande och insiktsfulla. Även de olika marknadsmetaforerna är tankeväckande och skapar en rad bilder hos den associerande läsaren. Man kan också se boken som ett gott exempel på hur multinivåanalyser kan genomföras på ett förtjänstfullt sätt.

Sammantaget utgör boken ett värdefullt bidrag för att måla kartan av en företeelse som får allt större aktualitet, både nationellt och internationellt.

Johan Berlin och Eric Carlström,
doktorander i offentlig förvaltning
vid Förvaltningshögskolan,
Göteborgs universitet.

REFERENSER

Goffman, E (1974/1986), *Frame Analysis*, Northeastern University Press, Boston.