

Kapitalistiska företag och socialistiska — några jämförande synpunkter*

Syftet med denna uppsats är trefaldigt. Det *första* är att pröva en ansats för att jämföra ett tänkt, typiskt företag i en kapitalistisk marknadsekonomi med dess motsvarighet i en socialistisk planekonomi. Ansatsen består av tre steg: först en beskrivning av de båda organisationernas inre institutionella egenskaper, sedan en analys av deras beteende vid kortsiktig anpassning och slutligen av deras långsiktiga anpassningsrörelser i form av innovationer etc.

Det *andra* syftet är att försöka visa att om man vid den institutionella beskrivningen av de båda organisationerna utgår från en "kontrakts-ansats" av det slag som lanserats av t ex Alchian-Demsetz [1972], så tenderar de skillnader mellan det kapitalistiska och socialistiska företaget som frambesvurits av den traditionella "allokerings-ansatsen" att minska; likaså tycks skillnaderna avdramatiseras vad gäller den kortsiktiga anpassningen om det konventionella antagandet om vinstmaximering i det kapitalistiska företaget modifieras till ett vagare antagande om nyttomaximering.

Det *tredje* syftet, slutligen, är en pendang till det andra: det går ut på att visa att om det finns skäl att ifrågasätta de

skarpa skiljelinjer som vanligen dragits upp mellan det kapitalistiska och socialistiska företaget vid beskrivningen både av den institutionella strukturen och beteendet vid kortsiktig anpassning, så kvarstår avgörande skillnader vad gäller den långsiktiga anpassningen (införande av nya marknader, ny teknik etc). Det är på det sistnämnda området som det kapitalistiska företaget — eller rättare den kapitalistiska marknadsekonomi — har sina stora relativa fördelar.

Vad är ett kapitalistiskt företag?¹

Ett kapitalistiskt företag är en *centralt* planerad ekonomisk organisation, vars planerande chefer kombinerar arbetskraft och *privatägt* kapital på ett sådant sätt att löner och utdelningar blir minst så höga att anställda och kapitalägare inte lämnar organisationen. Men varför centralplanerad? Därför att alla kapitalistiska företag ursprungligen var — och fortfarande är — byggda på att potentiella arbetstagare och aktieägare räknar med att få högre avkastning på sitt arbete respektive kapital om de ställer det till förfogande för organisationer, vilkas interna allokerings-system *inte* är något marknadssystem, än om de helt litar till en ekonomi, där allt byte av tjänster äger rum på otaliga, enskilda marknader från dag till dag. I praktiken skulle det senare systemet medföra oerhörda transaktionskostnader — för att skaffa information, för förhand-

Civilekonom ROLF EIDEM arbetar vid Institutet för internationell ekonomi med en avhandling om centralplanering och valutakonvertibilitet. Han har tidigare medverkat i ett antal läroböcker i samhällsekonomi m m.

* Författaren vill tacka Staffan Viotti för värdefull hjälp.

¹ Detta och nästföljande avsnitt har hämtat mycket inspiration från Alchian och Demsetz [1972].

lingar osv: varje morgon skulle arbetare och kapitalägare vara tvungna att informera sig om marknaderna, för att fastställa var *deras* bidrag skulle få högsta ersättning; varje eftermiddag skulle de sedan behöva inleda nya förhandlingar för att vara säkra på att få vara kvar på marknaden åtminstone till följande dag, när omständigheterna kan ha ändrat sig igen och marknadsprocessen försatt den enskilde arbetaren eller kapitalägaren i en helt ny situation.

Mot denna bakgrund är det inte förvånande att utsikterna att öka avkastningen på arbete och kapital genom att sammanföra resurser under gemensam central ledning — dvs bildande av företag — utanför marknaderna har dragit till sig många människor och mycket kapital. Arbetare och kapitalägare har gått med på att avstå från en del av sin handlingsfrihet som fristående privata subjekt på de marknaderna i utbyte mot den högre avkastning som kan erhållas genom den allokeringssystemet utanför marknaden som kallas "det kapitalistiska företaget". Vi ser då att själva kärnan i marknadssystemet — det kapitalistiska företaget — har uppstått som ett svar på det universella marknadssystemets oförmåga att ge resursfördelningsproblemet en effektiv lösning; företaget är en "icke-marknadslösning" av vissa samordningsproblem i marknadsekonomin.²

Företaget betraktat som en uppsättning kontrakt

Det kapitalistiska företaget är i grunden en uppsättning överenskommelser i form av kontrakt mellan dem som bidrar med arbete och kapital å ena sidan, och företagets centrala ledning — vilken av alla andra parter accepteras som företagets representant — å den andra. Kontraktet mellan *arbetare* och företagsledning behandlar normalt den typ eller de typer av arbete som den anställde förväntas utföra, vem han är underställd osv och de löner och förmåner som är överenskom-

² Om företagets *interna* lösning av resursfördelningsproblemet är en administrativ, icke-marknadslösning, så spelar naturligtvis marknaderna mellan företagen och arbetare/kapitalägare utanför företaget en viktig roll för företagets val av produktionsfaktorer.

na. Kontraktet mellan *kapitalägare* och företagsledning kallas aktie. Det ger sin ägare rätt att rösta vid den årliga bolagsstämman i vissa frågor.

På liknande sätt kan vi beskriva det "*socialistiska företaget*" som en uppsättning kontrakt. Det är också en *centralt planerad* ekonomisk organisation, vars interna verksamhet inte heller styrs av marknadsmekanismer och alltså måste regleras. För att sådan styrning skall vara möjlig måste den socialistiske företagsledaren först tillförsäkras den nödvändiga tillgången på arbete och kapital. Detta sker återigen genom kontrakt med anställda och kapitalägare. Medan det typiska kontraktet mellan *arbetare* och företagsledning i ett socialistiskt företag inte behöver skilja sig mycket från det kapitalistiska företags kontraktet mellan *kapitalägare* och företagsledning förvisso annorlunda. Definitionsmässigt har det socialistiska företaget endast en "aktieägare", nämligen staten.³ Det betyder rimligtvis att kapitalägarens inflytande över företagets verksamhet — så som det specificeras i kontraktet — är större i socialistiska företag än i kapitalistiska.⁴ Socialistiska företag är mera inriktade efter kapitalägarens intressen än kapitalistiska företag! Naturligtvis är kapitalägaren i socialistiska företag annorlunda till sin art än i kapitalistiska, varför de kan antas vilja tillgodose olika intressen. Vi vet emellertid fortfarande mycket litet om hur statens intressen mera exakt ser ut, så som de uttrycks i kontraktet mellan kapitalägare och företagsledning i det socialistiska företaget. Så tex finns det formellt endast en aktieägare men det finns i praktiken *flera* statliga institutio-

³ Med en socialistisk ekonomi menas här en ekonomi där huvuddelen av alla resursfördelningsbeslut är föremål för central planering och produktionsmedlen ägs kollektivt, genom staten.

⁴ Om man gör jämförelsen på en teoretisk *ceteris-paribus*-basis. Om man anlägger ett mera empiriskt synsätt vet vi att staten — just därför att den är ensam aktieägare — normalt skulle tveka att frånta ett företag dess kapital även om det gick dåligt. Omvänt skulle ett företag inte automatiskt se sitt kapital expandera som en följd av goda resultat. Betyder detta att de socialistiska företagsledningarna i verkligheten har större inflytande än de har i vår *ceteris-paribus* modell?

ner som kan vilja ha ett ord med i laget när det gäller hur företaget skall skötas. Inte heller har sista ordet sagts beträffande aktieägarnas intressen i kapitalistiska företag: tänk på alla de begränsningar som läggs på kapitalägarnas beslutsfattande genom lagar om konkurrensbegränsning osv. Tills vi har fått ytterligare bevismaterial i frågan anser vi att skillnaderna inte bör överdrivas genom allmänna hänvisningar till privat vinstmaximering och samhällelig nytto-maximering som typiska beteenden för privata respektive statliga kapitalägare. Det är "kontrakt-ansatsens" stora förtjänst att den avslöjar tomheten i sådana konventionella svepande beskrivningar av kapitalistiska och socialistiska företag. I stället tar den klart fram vissa grundläggande *likheter* mellan kapitalistiska och socialistiska företag som ekonomiska organisationer.

Det kapitalistiska företaget — på kort sikt

Vi skall inte föra frågan om institutionella likheter vidare här. I stället skall vi övergå till att beskriva hur det "centralt planerade kapitalistiska företaget" fungerar som beslutsfattare *på kort sikt*. Ett kapitalistiskt företags typiska miljö är ett marknadssystem, vanligen i en öppen ekonomi. Marknadssystemet består av ett antal ekonomiska subjekt som uppträder som konsumenter och/eller producenter, och där varje subjekt använder sina resurser (kapital, talanger osv) som det finner bäst. Som vi påpekade ovan har många människor funnit det fördelaktigt att sätta in sina resurser i företag. För att underlätta kontakter mellan potentiella arbetstagare och aktieägare å ena sidan och företag å den andra finns det marknader där arbetare och kapitalägare — och företagsledare — kan avläsa priserna på sina tjänster (t ex löner och kapitalavkastning). I den utsträckning som dessa priser skiljer sig från den individuella ersättning som arbetare och kapitalägare får i sin aktuella situation kommer resurserna att omfördelas: en arbetare som hittar ett marknadspris för sina tjänster som ligger över hans lön, tenderar att lämna företaget; en kapitalägare som ser att marknadsavkastningen på hans typ av

investeringskapital ligger under det han får på sin investering i ett företag tenderar att hålla kvar sitt kapital i företaget och om möjligt satsa mera kapital där; företagsledaren å sin sida resonerar på liknande sätt när han jämför det marginella bidraget till det enskilda företaget av en extra arbetare med hans gällande marknadslön osv.

Men ekonomiska subjekt är inte bara producenter. Det är i själva verket deras verksamhet som konsumenter som det kapitalistiska företaget har till utgångspunkt för sin produktionsplanering. När en företagsledare avläser priserna på varumarknaderna och jämför dem med de kostnader till vilka han tror sig kunna producera dessa varor, får han en grund för sin planering.

Vi säger att marknadspriserna fungerar som *informationssignaler* till de ekonomiska subjekten — inom och utom företagen — om hur de bör allokera sina resurser. För att systemet skall vara effektivt är det viktigt att priserna är goda signaler, dvs att de ger en sann bild av den samhällliga knappheten på alla varor och tjänster. Eftersom marknadsimperfectioner — t ex monopol — tenderar att göra prissignalerna missvisande, strävar statliga myndigheter efter att avskaffa eller minska sådana imperfectioner.

Även om vi visste att prissignalerna gav perfekt information om den relativa knappheten på varor skulle vi emellertid också vilja vara säkra på att de tolkas på ett sådant sätt och ledde till sådana beslut att det gav billigast möjliga produktion. Marknadsekonomiernas normala sätt att påverka företagen till ett sådant beteende är naturligtvis konkurrens. Medan konkurrens mellan enskilda ekonomiska subjekt om arbete, investeringsmöjligheter och konsumtionsvaror uppstår mer eller mindre spontant, gäller detta inte för ekonomiska organisationer som företag. Genom att ett fåtal företag ibland behärskar en hel marknad frestas de ofta till hemliga överenskommelser av olika slag, t ex löften att inte gå under varandras priser. För att hindra sådana och andra konkurrensbegränsande åtgärder har staten infört ett antal lagar som fastställer vilka slag av så kallat konkurrensbegränsande beteende som är otillåtna. Varje enskilt företag har frihet

att försöka tjäna så mycket pengar som möjligt, men *endast* så länge som det används metoder som inte begränsar konkurrensen. Företag skall expandera därför att de producerar effektivare än sina konkurrenter, inte därför att de är överlägsna i att bilda karteller.

Vårt företag har nu alla de nödvändiga förutsättningarna för att börja sin verksamhet: kontrakt har slutits som reglerar rättigheter och skyldigheter (och priser) gentemot företaget för dem som bidrar med resurser; priser existerar på alla marknader och accepteras av företagen som meningsfulla signaler; och gränserna för företagens handlingsfrihet i deras strävan att tjäna pengar är fastställda i lag. Företagets planeringsavdelning formulerar en produktionsplan (outputs och inputs) så att den positiva skillnaden mellan intäkterna och kostnaderna blir så stor som möjligt. Detta innebär inte att två företag med identiska produktionsprogram (outputs) får identiskt lika skillnader mellan intäkter och kostnader, dvs vinst. Företagsledarna i de två företagen kan t ex ha olika åsikt om vilket som är det optimala produktionstempot för företagen — och/eller företagsledarna — och följaktligen kommer vinsterna i pengar räknat att skilja sig åt. Och även om de har samma uppfattning på denna punkt, står varje företagsledare inför problemet med osäkerhet. "Under osäkerhet" för att använda Alchians ord "kan varje handlingsmöjlighet definitionsmässigt identifieras med en *fördelning* av tänkbara utfall, inte med ett enda utfall. I huvudsak förvandlas uppgiften (att maximera vinsten) till ett beslut (att välja en åtgärd) vars fördelning av tänkbara utfall är den man föredrar, dvs att välja den åtgärd som har den *optimala fördelningen*, eftersom det inte existerar någonting sådant som en *maximerande fördelning*" [Alchian 1950 s 212]. Utvärderingen av denna optimala fördelning beror återigen på företagsledarens information i utgångsläget. De resulterande besluten kommer att variera i enlighet därmed.

Detta är ett skäl till att vi hittills har undvikit den vanliga hänvisningen till vinstmaximering som det typiska beteendet i kapitalistiska företag. Enligt min mening innebär denna föreställning en

missvisande förenkling av ett typiskt kapitalistiskt företags beteende, vilket i stället bör knytas närmare till någon slags *nyttofunktion* för företagsledaren eller företagsledningen som grupp. Ett sådant synsätt bidrar också till att avdramatisera skillnaderna mellan kapitalistiskt och socialistiskt företagsbeteende. Viktigare är emellertid att betona att det är *konkurrensen* som får det kapitalistiska företaget att fungera på ett samhällsekonomiskt acceptabelt sätt, *inte* någon gemensam överenskommelse mellan företag att vart och ett av dem skall maximera sin vinst. Varför skulle de egentligen ingå en sådan överenskommelse? — Ett andra skäl att undvika att beskriva kapitalistiska företag som vinstmaximerare är att denna beskrivning leder till så stora missförstånd bland folk som tror att vinster eller vinstökningar alltid är liktydiga med en minskning av de fattigas välfärd till förmån för de redan rika. Vinsten är ett sätt att mäta ett företags prestationer. Men ju större handlingsfrihet företagsledningen har i sin strävan efter vinst, desto svårare blir det att tolka vinstens innebörd. För att åtminstone försäkra sig om att vinstökningar inte åstadkoms genom priskarteller etc, ingriper lagstiftaren med lagar mot konkurrensbegränsning etc.

Det socialistiska företaget — på kort sikt

Hittills har vi riktat uppmärksamheten mera på likheterna mellan kapitalistiska och *socialistiska* företag än på skillnaderna. Det är nu dags att säga någonting även om de senare, så som de framträder i den *kortsiktiga* planeringen. Den *första* grundläggande skillnaden mellan de två centralt planerade organisationerna är naturligtvis det sätt på vilket de fått den information som utgör grunden för produktionsplanen. Medan det kapitalistiska företaget gör upp sin plan självständigt på grundval av marknadspriserna, går det socialistiska företaget inte direkt efter marknadssignalerna när dess plan utformas. I stället samlas först all marknadsinformation i ett specialiserat informationsorgan kallat Centrala planmyndigheten, (CPM), som tolkar den och översätter den till produktionsplaner, vilka

sedan överlämnas till företaget för att genomföras. Vi kan säga att medan det kapitalistiska företaget översätter marknadsinformation till produktionsplaner på egen hand har socialistiska företag specialister utanför företaget som hjälper dem med detta.

Vi antar nu att det har varit möjligt att utforma en konsistent plan. Eftersom alla enskilda företagsplaner är sammanflätade är det viktigt att alla företag arbetar enligt planen. Annars kan omplanering bli nödvändig och detta är kostsamt. Hur mycket information om konsumenternas preferenser och producenternas möjligheter planerna än tar med i planen kan de emellertid ändå aldrig vara säkra på att planen blir uppfylld. Eftersom systemet inte tillåter att enskilda företag gör några (partiella) anpassningar att tala om — till skillnad från marknadssystemet, där kostnaderna för revidering av enskilda företags planer verkar vara lägre — har ett korrigeringsystem upprättats, kallat "planindikatorer". Det är ett system av koefficienter som relaterar olika poster i planen till skalor av belöningar och bestraffningar. Om vi sålunda betraktar den plan som inför planåret överlämnas till det socialistiska företaget som ett slags "mest trolig plan" blir denna uppsättning belöningsfunktioner ett medel att hjälpa företagsledarna att fatta de rätta besluten — dvs de beslut som så långt möjligt skall leda företaget tillbaka till den ursprungliga planen eller en likvärdig — då oväntade situationer uppstår (avbrott i leveranserna etc). Vi kan analytiskt tolka denna uppsättning belöningsfunktioner som ett prissystem, som beskriver hur CPM värderar olika typer av beslut som fattas av företagsledarna när dessa befinner sig utanför den "mest troliga planen."

Exempel på indikatorer är försäljning, vinst och lönsamhet. Syftet för den socialistiske företagsledaren — när det gäller t ex vinsten — är inte att maximera vinsten som sådan, utan de *belöningar* man kan få genom vinsten, hela tiden med hänsyn till hur hans beslut rörande vinsten kan påverka andra viktiga belöningsvariabler. I detta ser vi en parallell till det kapitalistiska företaget med dess "optimala fördelning av utfall". Varje centralplanerare som vill utforma ett effektivt

system av planindikatorer måste vara väl informerad om de socialistiska företagsledarnas nyttofunktioner.

En *andra* grundläggande skillnad mellan socialistiska och kapitalistiska företag är att det typiska socialistiska företaget inte konkurrerar med sina producentkolleger. Detta är en extra anledning till att arbeta med belöningsssystem för att stimulera ett quasi-konkurrensbeteende från företagsledarnas sida. Socialistiska attityder till konkurrens är inte alltid lätta att förstå: medan konkurrens mellan anställda inom ett företag uppmuntras kraftigt (exempelvis i Sovjetunionen), är inte konkurrens mellan kollektiv av anställda, dvs företag, någon allmän princip. Är den oförenlig med idén om en central, "enhetlig" planering?

Långsiktig företagsanpassning — kapitalistisk och socialistisk

Hittills har vi jämfört socialistiska och kapitalistiska företag på kort sikt. När vi övergick från en ren beskrivning av dessa två typer av ekonomiska organisationer till att studera hur kortsiktiga produktionsplaner formulerades, hur anpassningar ägde rum och hur företagsledare förmåddes att bete sig på ett samhällligt önskvärt sätt, framträdde skillnaderna mellan de två klarare.

På kort sikt betraktar vi den existerande företagsstrukturen och företagens kapitalutrustning som given. På lång sikt tillåter vi att både företagsstrukturen och det enskilda företagens storlek förändras. Vi skall här hävda att det är i den långsiktiga anpassningsprocessen som kapitalistiska och socialistiska företag uppvisar de största och mest avgörande skillnaderna.

Återigen börjar vi med att beskriva det *kapitalistiska* företaget. Som ett resultat av konkurrensen är den långsiktiga typen av beslut — att öka eller minska produktionskapaciteten för givna varor, att övergå till nya varor osv — absolut avgörande för företagets existens. Besvikna kapitalägare kommer inte att förnya sina aktiekontrakt med företaget. Ju mera avlägsen beslutets tidshorisont är, desto större risk löper aktieägarna, och desto mera information behöver företagsleda-

ren för att motivera sitt investeringsval. En kontroll av informationskvaliteten i företagets investeringsbeslut kommer även att bedrivas av banker och andra finansörer i den mån investeringen inte kan finansieras ur företagets egna tillgångar. Konkurrerande kreditanspråk från flera företag i samma bransch ger potentiella finansörer en rimlig chans att säga någonting om hur genomtänkta projekten kan tänkas vara med hänsyn till den förväntade kostnads- och prisutvecklingen.

I *socialistiska* företag fattas besluten om den långsiktiga utvecklingen av strategier och planerare i CPM. Även om de socialistiska företagen förmodligen har ett visst inflytande på de kortsiktiga planerna, tror vi att de har betydligt mindre att säga till om i investeringspolitiska frågor. I själva verket blir det ofta CPM:s uppgift att övertyga det enskilda företaget om att det bör genomföra ett visst investeringsprogram, snarare än tvärt om — som i kapitalistiska företag. Om CPM har monopol på rätten att insamla och tolka *aktuell* "marknadsinformation" är den förvisso också den mest välinformerade bedömare av den *framtida* ekonomiska utvecklingen. Eftersom CPM är den ende granskaren av sina egna ekonomiska prognoser och investeringsplaner har den inga bekymmer med att få dem accepterade. Företaget å sin sida har litet att förlora på att acceptera den centrala planen — staten som aktieägare blir säl-lan besviken och allra minst på sina egna förslag! Till skillnad från vad som är fallet i kapitalistiska företag är alltså *inte* investeringsbesluten avgörande för de socialistiska företagens existens.

Nu gäller den långsiktiga anpassningsprocessen i en ekonomi inte bara om *existerande* företag skall utöka eller minska sin produktion. Det är också i hög grad en fråga om i vilken mån *nya* företag skapas. Vi skall illustrera denna aspekt med ett svenskt exempel: För omkring tio år sedan började en snickare som tillverkat pinnstolar och liknande i sin källare, att sälja möbler på postorder; det blev en omedelbar framgång och snickarens företag expanderade mycket snabbt. I dag äger han ett tiotal väldiga möbelvaruhus runt om i Sverige, där möbler ställs ut, köpekontrakt ingås och möbler säljs.

Större delen av möblerna säljs emellertid fortfarande direkt från fabrik eller från lagercentraler, när det gäller importerade varor. Den grundläggande idén med IKEA, som företaget heter, var att sälja goda — men inte luxuösa — möbler till låga priser. Detta kunde uppnås genom (1) en billig metod för utställning — kataloger, varuhus långt från stadskärnorna för att få ned hyror och parkeringskostnader, och (2) ett noggrant uppbyggt system av kontrakt mellan köpare och leverantörer för att garantera säkra leveranser och därigenom — framför allt — få kundernas förtroende. Det är ingen överdrift att säga att IKEA-idén och IKEA:s expansion har lämnat ett viktigt bidrag till den svenska möbelkulturen. De låga priserna har gjort det möjligt för människor i alla inkomstgrupper att njuta frukterna av den enkla idé som den företagsamme snickaren en gång fick. Visserligen är han nu en mycket rik man, men hans personliga förmögenhet utgör bara en bråkdel av det bidrag till den allmänna välfärden som hans initiativ inneburit.

Det är viktigt att ett ekonomiskt system fångar upp nyskapande idéer av detta slag. I en typisk marknadsekonomi som den svenska finns det inga principiella lagliga hinder mot att starta nya företag. I själva verket är det en förutsättning för en verkningsfull konkurrens att alla företag i alla branscher alltid skall inse möjligheten att nya företag kan uppträda på marknaden. Det kan naturligtvis finnas informella hinder av många slag för nya företag och vi kan inte vara riktigt säkra på att vi inte har missat ett antal andra IKEA-idéer. Det finns emellertid en del som talar för motsatsen. Under de senaste tio åren har det svenska marknadssystemet fått ett antal nya marknader och företag. Factoringbolag är ett sådant exempel. Kostnaderna för att få fakturor betalda i tid har gjort det lönsamt för många företag att sälja dem till så kallade factoringbolag till ett något lägre pris. Detta företag sänder sedan räkningen till kunden och använder sina speciella kunskaper för att se till att den blir till fullo betald i tid. Vi ser många liknande exempel på företag som uppstår på allt smalare och mera specialiserade nya marknader som svar på olika behov. Hur snabbt marknadssystemet lyckas identifiera olika

specialbehov (typ factoring) och etablera produktion på nya marknader är en betydelsefull aspekt på systemet.

Just denna speciella dimension av den långsiktiga anpassningen i en ekonomi kan vara särskilt bekymmersam i en centralplanerad socialistisk ekonomi. I motsats till det kapitalistiska fallet finns det absoluta hinder för en enskild person som önskar sätta upp ett företag för att pröva en idé. Han kan gå till ett redan existerande företag eller ett departement och lägga fram sin idé. Även om han skulle få igenom idén till en centralt placerad beslutsfattare utan att den deformerar nämnvärt på vägen och även om beslutsfattaren får ett gynnsamt intryck av projektet, finns det fortfarande många hinder att undanröja innan idén kan prövas i praktiken. Ministern, eller vilken myndighetsperson det nu gäller, skulle få lov att övertyga sig om att det nya företaget inte skulle komma alltför nära existerande produktionslinjer (en konkurrenssituation, förvisso!), som då skulle känna sig hotad och eventuellt försöka hindra innovationen osv.

En annan möjlighet vore att företagsledaren i ett existerande företag fångar upp och prövar den nya produkt- eller process- eller organisationsidén. Socialistiska företagsledare anses emellertid vara relativt ovilliga att ta risker [Ward 1967, s 150] och ger oss alltså inte heller mycket hopp. Belöningsstrukturen i socialistiska resursfördelningssystem verkar vara asymmetrisk till förmån för det säkra och mot chanstagningar med nya produkter. Och vare sej belöningsstrukturen är asymmetrisk eller inte, ställes det uppenbarligen väldiga krav på de centrala planerarna när de skall utforma ett långsiktigt system av planindikatorer som skall vägleda företagsledare vid utprovningen av nya, dvs praktiskt taget okända, produkter eller processer.

På grundval av denna skissartade framställning av den långsiktiga anpassningsprocessen i kapitalistiska och socialistiska företag drar vi slutsatsen att identifieringen av nya produkter (eller "marknader") och processer och den åtföljande introduktionen av sådana innovationer kan antas vara områden där det centralplanerade socialistiska systemet har ett relativt ofördelaktigt utgångsläge jämfört

med den decentraliserade marknadsekonomin.

Referenser

- Alchian, A., [1950], "Uncertainty, Evolution and Economic Theory" *Journal of Political Economy*, årg 53 nr 3
- Alchian, A. — Demsetz, H., [1972], "Production, Information Costs and Economic Organization", *American Economic Review*, årg 62, nr 5
- Ward, B. N., [1967], *The Socialist Economy*, New York