

Näringslivets krav på ekonomisk forskning.¹⁾

Av Sune Carlson.²⁾

Vad jag här kommer att säga grundar sig närmast på lärdomar från en 4-årig verksamhet som föreståndare för Affärsekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm. Men det är även påverkat av erfarenheter från tidigare arbete inom den svenska priskontrollen, från arbete som konsulterande ekonom inom en rad olika företag och från studieresor i främmande länder. Rubriken till mitt föredrag ger kanske vid handen, att jag skulle lämna en förteckning över alla de områden, som näringslivet skulle önska utforskade, men det är inte alls min avsikt. Vad jag önskar göra är snarare att ge en översikt över vissa mera allmänna frågor om hur den på mera praktiska syften inriktad forskningen bör vara organiserad och finansierad.

Innan jag går vidare kanske jag bör precisera vad jag här avser med begreppet forskning. Forskning är ej detsamma som vetenskap. Det är snarare det arbetssätt, som en vetenskapsman använder sig av i sin verksamhet. Det är ett konstruktivt tänkande, som är byggt på iakttagna fakta. Forskning kan därför ej vara detsamma som filosofisk spekulation, även om det innefattar vissa spekulativa moment. Man arbetar inom forskningen med hypoteser, men dessa hypoteser måste alltid provas, och härför behöver man fakta.

Man brukar skilja mellan grundforskning och tillämpad forskning, varvid man med det senare menar en forskning, som syftar till vissa klart angivna praktiska målsättningar. Ett exempel på tillämpad forskning ha vi i den tekniska forskningen, vilken just nu är på modet i mitt land. En tillämpad ekonomisk forskning skulle innebära, att man försökte lösa praktiska ekonomiska problem genom att tillämpa veten-

¹⁾ Föredrag holdt ved Kandidat-Dagen ved Handelshøjskolen i København den 25. November 1945. Stenografisk Referat.

²⁾ Professor ved Stockholms Handelshøjskole, Dr.

Näringslivets krav på ekonomisk forskning.¹⁾

Av Sune Carlson.²⁾

Vad jag här kommer att säga grundar sig närmast på lärdomar från en 4-årig verksamhet som föreståndare för Affärsekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm. Men det är även påverkat av erfarenheter från tidigare arbete inom den svenska priskontrollen, från arbete som konsulterande ekonom inom en rad olika företag och från studieresor i främmande länder. Rubriken till mitt föredrag ger kanske vid handen, att jag skulle lämna en förteckning över alla de områden, som näringslivet skulle önska utforskade, men det är inte alls min avsikt. Vad jag önskar göra är snarare att ge en översikt över vissa mera allmänna frågor om hur den på mera praktiska syften inriktad forskningen bör vara organiserad och finansierad.

Innan jag går vidare kanske jag bör precisera vad jag här avser med begreppet forskning. Forskning är ej detsamma som vetenskap. Det är snarare det arbetssätt, som en vetenskapsman använder sig av i sin verksamhet. Det är ett konstruktivt tänkande, som är byggt på iakttagna fakta. Forskning kan därför ej vara detsamma som filosofisk spekulation, även om det innefattar vissa spekulativa moment. Man arbetar inom forskningen med hypoteser, men dessa hypoteser måste alltid provas, och härför behöver man fakta.

Man brukar skilja mellan grundforskning och tillämpad forskning, varvid man med det senare menar en forskning, som syftar till vissa klart angivna praktiska målsättningar. Ett exempel på tillämpad forskning ha vi i den tekniska forskningen, vilken just nu är på modet i mitt land. En tillämpad ekonomisk forskning skulle innebära, att man försökte lösa praktiska ekonomiska problem genom att tillämpa veten-

¹⁾ Föredrag holdt ved Kandidat-Dagen ved Handelshøjskolen i København den 25. November 1945. Stenografisk Referat.

²⁾ Professor ved Stockholms Handelshøjskole, Dr.

skapliga metoder, d. v. s. konstruktivt tänkande på grundval av fullständiga och vederhäftiga sakuppgifter.

Affärslivets problem sammanhänger i huvudsak med den ekonomiska föränderligheten. Skedde inga förändringar, så skulle allt arbete inom företagen kunna ske rutinmässigt, och det skulle inte behövas någon planerande och kontrollerande ledning. Men nu är det inte så. Det ekonomiska livet är i idelig rörelse, och för att kunna anpassa sitt eget företag efter de skedda förändringarna måste företagsledaren tänka och tänka konstruktivt. Det finns ett amerikanskt ordspråk som lyder: »Business is a battle of brains«. Det gäller att göra något nytt, att göra något olika mot andra, men att göra det riktigt. För att lyckas med detta kräves i många fall ett förberedande forskningsarbete.

Inom affärslivet möter man ofta ett visst oförstående gent emot forskningen. En framstående amerikansk bankir definierade en gång en uppfinning som något som gjorde hans säkerheter osäkra, och chefen för General Motors forskningsavdelning anförde för ett tjugotal år sedan: »Bankirer anse vetenskap vara en ytterst farlig företeelse, som på grund av de snabba förändringar den medför inom industrien, äventyrar all bankverksamhet«. Denna inställning karakteriserade nog inte bara bankirer.

Under senare tid ha emellertid de ekonomiska forskningsmetoderna fått en allt större användning inom näringslivet. Det finns många stora företag i utlandet, som ha särskilda avdelningar för ekonomiskt utredningsarbete. I Förenta Staterna har t. ex. en del mycket värdefulla forskningsresultat beträffande efterfrågan på bilar publicerats av General Motor, och inom Swift & Co. har en del epokgörande analyser gjorts över fastställandet av försäljningskvoter och potentiella marknader. För något år sedan hade jag tillfälle att besöka den ekonomiska forskningsavdelningen inom I. G. Farben i Berlin, vilken sysselsatte en stor stab av nationalekonomer, företagsekonomer och statistiker. Och jag skulle kunna nämna många andra exempel.

Härtill kommer all den forskningsverksamhet som bedrivs inom mer eller mindre officiella institutioner. I Sverige har speciellt den tekniska forskningen genomgått en snabb expansionsperiod under senare år, men även på de ekonomiska områdena börja vi få en spirande forskningsverksamhet, vilken arbetar i rent praktiska syften. Bland de statliga institutionerna vill jag särskilt nämna Konjunkturinstitutet, vars rapporter blivit av stor betydelse för näringslivet. De olika näringsorganisationerna ha också under senare år inrättat egna utredningsorgan. Vi ha fått Industriens Utredningsinstitut, som finan-

sieras av Sveriges Industriförbund och Svenska Arbetsgivareföreningen, Bankernas statistiska byrå, Grosshandelns Utredningsinstitut och Detaljhandelns Utredningsinstitut, de båda senare sortera under resp. Sveriges Grossistförbund och Sveriges Köpmannaförbund. Den institution jag själv tillhör, Affärsökonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (AEF), grundades redan 1929. Med sin nuvarande utvidgade organisation har det arbetat sedan år 1941. En viss företagsekonomisk forskningsverksamhet bedrivs även av olika marknadsundersökningsbyråer och andra konsulterande företag, men det råder för närvarande stor brist på konsulter inom detta område. Flera av våra storföretag ha också skaffat sig särskilda utredningsmän, vilka som stabstjänstemän stå til resp. företagsledares eller försäljningschefers föfogande.

Vad som har gjorts är emellertid icke tillräckligt. Man saknar inom näringslivet i många fall kännedom om de fakta, som man borde känna till för att kunna planera sin verksamhet, och detta erkännes också från många av näringslivets män. Osäkerheten beträffande framtiden och dess problem är idag större än någonsin. Befolkningsutvecklingen kommer att leda till stora förändringar både med avseende på den inhemska marknaden och möjligheten att skaffa den arbetskraft, som olika delar av näringslivet behöver. De utrikespolitiska förändringarna ha medfört stora förskjutningar i exportmarknaden, vilka kräva ingående utredningar o. s. v. För att företagsledarna skola kunna planera sin verksamhet för framtiden, kräva de överallt nya fakta, och det räcker ej med enbart fakta, dessa måste vara analyserade och sammanställda med hänsyn till de enskilda företagens speciella behov.

Om man frågar sig efter anledningarna varför så litet ekonomiskt forskningsarbete hittills förekommit inom vårt näringsliv, så äro dessa flera. Inom ett företag liksom på alla andra områden råder det alltid en viss tröghet och konservatism. Se vi på den höga åldern på flertalet företagsledare och styrelseledamöter; så är ju en sådan konservatism ganska förklarlig. Flertalet företagsledare ha tyvärr också sin arbetsdag så inrättad, att de måste ägna allt för mycket tid åt rena rutingörsmål. De ha helt enkelt inte tid att i lugn och ro planera för framtiden, och det är ju för framtidsplanerna som forskningen framförallt behövs. De utomordentligt goda tider, som vi haft under många år, leder ju också lätt till en »hurra vad jag är bra-mentalitet«. När allting går väl ändå, så har man ju ingen anledning att börja använda nya metoder. Många gånger har man kanske också varit rädd för att se fakta i ögonen, de äro ju inte alltid enbart smickrande.

En ekonomisk forskning för affärslivets behov får ej bli teoretisk i detta ords dåliga bemärkelse. Den måste vara inriktad på att ge praktiskt användbara resultat. Men man kan inte i längden enbart syssla med tillämpad forskning utan att då och då få nya stimulerande impulser från den grundläggande forskningen. Ta vi sådana rent matnyttiga områden som studiet av ett reklammedels verkningar eller fastställandet av den potentiella marknaden för en viss vara, så måste vi vid utredningar på dessa områden ha lämpliga statistiska metoder till vårt förfogande, och dessa metoder är det den grundläggande forskningens sak att utarbeta. Behärska vi inte den rätta metodiken, så kan det gå för oss som för turisten, som stod bakom en pyramid och titade på kameler. Den första kamelen, som kom fram bakom pyramidens hörn hade en puckel på ryggen och den andra hade två. Härav drog turisten den slutsatsen att nästa kamel måste ha tre pucklar. Exemplet är drastiskt, men ofta göra vi själva liknande prognoser grundade på ett för litet eller ett felaktigt analyserat material. Studera vi t. ex. försäljningsutvecklingen för en viss artikel, så få vi inte genast tro, att en nedgång i omsättningen måste bero på ett mindre effektivt arbete från försäljningsavdelningens sida. Det kan ha förorsakats av en trendartad nedgång, en tillfällig konjunkturförsämring eller av en mängd andra faktorer, och dessa faktorer måste vi ha förmåga att spalta isär. Skola vi tränga in i dessa problem, så krävs det ingående statistiska analyser, som endast den kan göra, vilken behärskar den rätta metodiken. Att sådana analyser många gånger kunna leda till för företagsledningen mycket betydelsefulla resultat, framgår t. ex. av de omfattande studier, som General Motor gjort över efterfrågan på begagnade bilar.

I Sverige ha vi nog länge arbetat under den förutsättningen, att den grundläggande forskningen borde göras i andra länder, så att vi slapp att betala kostnader härför. Vi äro vana att hämta alla idéer från Förenta Staterna och att sedan omedelbart tillämpa dem på svenska förhållanden. Men detta går inte i längden. Dels måste vi utarbeta forskningsmetoder, som är tillämpliga på svenska förhållanden, vilka i många fall, t. ex. med hänsyn til marknadens storlek, industriens lokalisering eller befolkningens sammansättning, äro helt olika de amerikanska. Dels, och detta är kanske det viktigaste, måste vi se till att vi få fram ett tillräckligt antal forskare för näringslivets behov, och dessa utbildas bäst genom att de en tid få syssla med grundläggande forskning. Vi lida för närvarande brist inte bara på ekonomer och statistiker utan också på sociologer och psykologer, vilka kunna hjälpa till med näringslivets alla olika utredningsproblem.

Jag skall nu övergå till frågan om den teoretiskt-ekonomiska forskningens rent organisatoriska problem. Vem är det som skall forska, och var bör denna forskning ske? Eftersom ändamålet med den forskning, som jag här talar om, är att ge företagsledarna bättre förutsättningar att kunna utföra sina framtidsplaneringar, så synes det väl mest naturligt, att forskningen förlägges till enskilda företagen. Det är också vad som i stor utsträckning har skett inom utländska storföretag. Även i Sverige börja vi, som tidigare nämnts, inom allt flera företag få särskilda utredningsmän, som syssla med här berörda forskningsuppgifter. Dessa utredningsmän få emellertid ofta en ganska besvärlig ställning inom resp. företags organisation. De ha svårt att frigöra sig från löpande rutinuppgifter och att få förståelse för att en forskningsuppgift, om den skall bli ordentligt löst, vanligen tar lång tid. Frågan är om en utredningsman inom ett företag i längden kan sitta kvar i samma befattning. Om han verkligen är en man med förmåga att snabbt och intelligent lösa svåra problem, så finns det så många andra mera betydelsefulla och bättre betalda uppgifter inom ett företag, som vänta på honom. Skulle han trots detta hellre vilja ägna sitt liv åt utredningsuppgifter, så vill han nog efter en tid ha ett vidare arbetsfält än det, som bjudes honom inom ett enskilt företag. Det bästa är kanske, att utredningsuppgifterna inom ett företag läggas på yngre karriärmän, som efter någon tid kunna föras över till andra befattningar. Härigenom vinner företaget den fördelen, att det för sitt utredningsarbete ideligen får nya friska krafter, samtidigt som detta arbete kommer att tjäna som en lämplig skola för blivande ledareämnen.

Många företag äro emellertid alltför små för att ha råd att anställa egna utredningsmän. De få istället vända sig till utomstående utredningsorgan. En karakteristisk företeelse i Sverige är, att vi under senare år fått en rad utredningsinstitut, som speciellt ägna sig åt de gemensamma problemen för en viss bransch. Fördelarna med en sådan gemensam branschforskning äro flera. För det första får man här möjlighet att arbeta med ett mycket större och mångsidigare primärmaterial än vad man kan göra inom ett enskilt företag. För det andra är man nog mera villig att vänta på omedelbara praktiska resultat, när det är flera som äro med och satsa pengarna. Genom den bättre finansieringen har man möjlighet att lägga upp ett större utredningsprogram, än vad ett enskilt företag skulle kunna göra. Och då är det ju också större chanser att åtminstone några av de igångsatta utredningarna skola leda till praktiskt värdefulla resultat. Det är här fråga om en poolning av både kapital och idéer. För det tredje undgår man risken

av dubbelarbete. Det är ju onödigt, att det skall sitta personer inom olika företag, som hålla på att arbeta på precis samma uppgift.

De typer av uppgifter, som framförallt blivit föremål för en gemensam branschforskning äro strukturanalyser och jämförande kostnadsanalyser. Strukturundersökningar av olika industrigrenar ha t. ex. företagits av Industriens Utredningsinstitut, och inom AEF ha vi gjort en utredning av den svenska kolonialvarugrosshandelns struktur. Jämförande kostnadsanalyser för olika delar av grosshandeln och detaljhandeln ha utförts både av AEF och av Grosshandelns respektive Detaljhandelns Utredningsinstitut. En branschundersökning av helt annan art, som vi på AEF för närvarande arbeta med, är en utredning om storlekssystemet för herrkostymer, vilken utföres för den svenska konfektionsindustriens räkning.

Branschundersökningarnas begränsning ligger främst däri, att konkurrensföretag icke gärna vilja lämna ifrån sig uppgifter, som deras kolleger i branschen skulle kunna ha nytta av. För en verklig djuppejling av problemen och ett mera ingående utbyte av erfarenheter torde därför inte branschforskningen vara ägnad. Här kommer i stället den organisationsform, som i England går under namnet »management research groups«, bäst till pass. Vi ha i Sverige för närvarande två sådana grupper, den ena avseende de mera allmänna företagsledningsproblemen och den andra avseende försäljningsfrågor. Dessa grupper äro uppbyggda efter den principen, att inga konkurrerande företag få delta i samma grupp. Medlemsföretagen kunna därför utan hämningar diskutera sina problem med varandra, och att de göra så är en förutsättning för att de skola få vara med. Ett gemensamt sekretariat har tjänstgjort som utredningsorgan, och detta sekretariat har för varje utvalt ämne utarbetat frågeformulär, insamlat material från medlemsföretagen samt bearbetat och sammanställt detta material i översiktliga rapporter. Sista momentet i varje utredning brukar vara en heldagsdiskussion, vid vilken samtliga medlemmar bruka vara närvarande. Slutresultatet av dessa undersökningar är sålunda dels en eller flera rapporter över hur de under utredning varande frågorna lösts inom de olika medlemsföretagen, dels ett stenografiskt protokoll över den diskussion, som senare förts med utgångspunkt från dessa rapporter. Den utredningsverksamhet, som ägt rum inom dessa grupper, har hittills givit mycket värdefulla resultat. Tyvärr äro emellertid dessa tills vidare förbehållna gruppmedlemmarna. Jag hoppas emellertid, att vi förr eller senare skola kunna publicera det arbete, som här gjorts, så att det kan komma till nytta för näringslivet som helhet.

När vi komma till mera ingående utredningar av allmän natur och framförallt till metodforskningen, så äro emellertid de här skisserade organisationsformerna inte tillräckliga. För dessa utredningsuppgifter krävas särskilda forskningsinstitutioner, som äro fristående från alla gruppintressen. Helst böra dessa institutioner vara knutna til högskolorna. Man vinner då fördelen av att kunna använda högskolornas bibliotek och övrig vetenskaplig utrustning, man har en stab av fackmän till förfogande, och man kan utnyttja högskolornas elever för olika detaljer inom utredningsarbetet. Det visar sig också, att ett forskningsinstitut, som är anknutet till en högskola, behöver ta mycket mindre hänsyn till prestige och till speciella gruppintressen, än vad en annan institution måste göra. Vi ha inom AEF under senare år bl. a. arbetat med vad vi bruka kalla vertikalundersökningar av olika varors distribution, d. v. s. vi ha följt varorna på deras väg från fabrikanten via agenter, grossister och detaljister ned till den slutlige konsumenten och undersökt vilka arbetsuppgifter och kostnader, som varit förbundna med varorna inom varje särskilt led. För att kunna göra en sådan utredning kräves att utredningsorganet intar en absolut opartisk ställning gentemot varje distributionsled, och att denna opartiska ställning är erkänd utåt.

De arbetsuppgifter som särskilt böra åvila dessa fristående forskningsinstitut äro dels uppgifter av mera teoretisk natur t. ex. utarbetandet av metoder för bestämning av försäljningskvoter och potentiella marknader, för prövning av verkan av olika reklammedel eller för analyser av olika kostnadssamband, dels rent tillämpade forskningsuppgifter som äro av sådan karaktär, att de endast kunna utföras av en fristående institution. Ett exempel härpå har jag ovan nämnt.

Et av de problem, som forskare alltid möta vid den typ av utredningsarbeten, som jag här talat om, är svårigheten att få erforderliga sakuppgifter. Jag har tidigare framhållit, att forskningen alltid måste bygga på fakta, den får ej urarta i teoretisk spekulation utan kontakt med verkligheten. Utredningsmannen som arbetar inom ett enskilt företag har ju vanligtvis den fördelen, att han kan få alla de uppgifter, som han önskar från sitt eget företag, men han har också mycket svårare att få material utifrån och framförallt från företagets konkurrenter. I det senare avseendet erbjuda branschforskningsorganen och de fristående utredningsinstituten vissa fördelar, men även dessa ha många gånger svårt att införskaffa de data, som de behöva för att fullgöra en viss utredningsuppgift. Det råder allt fortfarande ett väldigt hemlighetsmakeri

inom näringslivet, och de enda utredningsorganen som verkligen kunna påräkna »inside informations« äro de tidigare omnämnda »management research groups«.

Mina erfarenheter från praktiskt-ekonomiskt forskningsarbete säger mig, att det nog inte bara är rädslan för att en lämnad uppgift skall kunna utnyttjas av en konkurrent, som är förklaringen till det rådande hemlighetsmakeriet inom många företag. Ofta är det så, att man inte skulle ha någonting emot att lämna vissa uppgifter, men man har helt enkelt inga att lämna. Det är därför också ganska naturligt, att ju finare företag man tror sig vara, desto ovilligare är man att erkänna denna sin oförmåga. Vanligen visar det sig, att de företag, som verkligen känna till sina egna siffror på alla områden och som själva ha utfört omfattande utredningar, äro de villigaste att lämna material till andra. Det är de företag, som själva hunnit längst på den ekonomiska forskningens område, som alltid äro de ivrigaste att stöda ytterligare forskning.

Samma fenomen har jag påträffat i min konsulterande verksamhet. Jag har hittills aldrig blivit rådfrågad av ett företag, som var så efterblivit, att där fanns mycket att göra med avseende på organisationsomläggningar och rationalisering, utan endast av företag som redan stått på toppen i dessa avseenden. När det gäller att lämna studiematerial till forskarnas förfogande, så har naturligtvis också de större och välskötta företagen ett särskilt ansvar. Det är främst på dessa det ankommer att föra näringslivet framåt, och det är deras göranden och låtanden, som bli av största betydelse för resp. bransch. I regel är det nog också så, att skickliga och upplysta konkurrenter äro mindre farliga än inkompetenta konkurrenter, som ej förstå innebörden av sina egna handlingar.

Även om svårigheten att erhålla erforderligt studiematerial kanske utgör den tillämpade forskningens besvärligaste problem, så har den även andra problem att brottas med. Av dessa skall jag endast taga upp frågan om forskningens finansiering. Den forskning, som jag här talar om bör ej betraktas som någon lyx, som företagen kunna kosta på sig under goda tider, därför att de kunna erhålla skatteavdrag för sina forskningsanslag. Den är ej heller någon snabbt verkande patentmedicin, som man tillgriper, när tiderna bli dåliga. Skall man uppnå några resultat, så måste man betrakta anslagen till den tillämpade ekonomiska forskningen som en långtidsinvestering. Man får ej kräva omedelbara resultat utan vara beredd på bakslag både en och två gånger, men i längden kommer nog denna investering att betala sig, det är jag säker på. Om man ser problemet på tillräckligt lång sikt så förstår man också,

att man inte omedelbart bör sätta igång med utredningar i rent praktiskt syfte. Vi måste börja med en allmänt grundläggande forskning, och detta av två anledningar. Vi behöva utarbeta forskningsmetoder, som lämpa sig för våra företag och våra marknadsförhållanden, och vi måste utbilda en stab av unga forskare, som senare kunna tillämpa dessa metoder på de rent praktiska problemen.

Tro ej att man kan sätta igång bara genom att avdela en ung man för utredningsarbete och låta honom titta efter i en amerikansk bok, hur man har gjort där. Det leder ej till några varaktiga resultat. Vad vårt näringsliv behöver är ej en rad dilletanter, som försöka lösa de omedelbara utredningsproblemen med diverse kvacksalvarmetoder, utan intelligenta och i forskningsarbete vältränade unga män, som behärska sina arbetsmetoder och förstå dessas möjligheter och begränsning. Men för att få fram dessa för våra förhållanden lämpliga forskningsmetoder och för att utbilda de unga forskare, som näringslivet behöver, erfordras det pengar. Det första steget mot en utvidgad praktisk-ekonomisk forskning måste därför vara att öka anslagen från näringslivets sida till universitet och högsolor. Först senare finns det möjligheter att utvidga den tillämpade forskningen ute på företagen, inom branschorganisationerna o. s. v. Med tanke på den tid som behövs för detta grundläggande forsknings- och utbildningsarbete, så har den nuvarande generation av företagsledare ett stort ansvar gentemot framtidens näringsliv.

Vårt näringsliv av i dag är icke detsamma som före kriget. Vi stå inför nya problem och nya omställningsprocesser, vilka vi kunna behärska endast om vi äga tillräckliga kunskaper. Vi måste ha exakta informationer om var vi befinna oss och vart vi gå, och den företagsledare, som är bättre informerad än sina konkurrenter, kan se framåt med större trygghetskänsla än dessa. Men det är inte bara i detta avseende en tillämpad ekonomisk forskning är till nytta. Ett företag, som i sitt arbete tillämpar vetenskapliga metoder, kommer alltid att ha större förutsättningar att dra till sig intelligent och väl utbildad personal än andra företag. Och härtill kommer ytterligare en faktor. Den företagsledare som tar sin arbetsuppgift litet grand som ett vetenskapligt experiment vid vars utförande han tillämpar exakta vetenskapliga metoder, kommer att finna detta arbete oändligt mycket intressantare och rikare, än om han endast ser på det som ett sätt att för tjäna pengar.