

Företagsekonomins funktion i samhället

Av Dick Ramström*)

1. Frågeställning

Den fråga jag skall försöka belysa är hur det företagsekonomiska synsättet påverkat samhället. Frågan hur de enskilda företagens beteende påverkats av ämnet behandlas mer ingående av Jaakko Honko. Vi måste först klargöra vad vi menar med »företagsekonomi« i detta sammanhang. Dels kan vi avse den vetenskapliga disciplin som av olika

*) Professor, ekon, dr., verkställande direktör i Statskonsult Organisation AB, Stockholm.

skäl avgränsas inom det företagsekonomiska området. Dels kan vi avse de olika »institutioner« – den »maktapparat« – som är bärare av de företagsekonomiska idéerna. Dels kan vi slutligen hänföra detta begrepp just till de bärande idéer, som ger ämnet och dess olika representanter en specifik »identitet«. Hur känner man sig om man är en företagsekonom? I takt med att den regionala identiteten alltmer suddas ut ersätts identitetsupplevelsen av en gemenskap som finns mellan representanter inom ett visst fack eller ett visst ämnesområde. Professionaliseringen ersätter regionaliseringen som bärare av identitetskänslan.

Man kan ju fråga sig om det finns någon särskild företagsekonomisk identitet. I jämförelse med nationalekonomerna, som i många avseenden bildar ett särskilt skrå, syns identitetskänslan bland företagsekonomerna vara mycket uttunnad.

2. Utvecklingen inom företagsekonomi

Den danska föreningen firar sitt 25-årsjubileum, den norska är ungefär 40 år gammal och den svenska omkring 60 år. Uppenbarligen har mycket hänt i omvärlden sedan företagsekonomi tog form. Vi kan här nämna utvecklingstendenser ifråga om t.ex. internationaliseringen, utvecklingen av ADB och operationsanalys, det starkare betoningen av motivation och demokrati, företagets närmare koppling till samhället samt den ökade betoningen av struktur- och regionalekonomiska frågor.

Givetvis har ämnets innehåll förändrats under dessa år. Vad som dock ter sig märkligt, med ett organisationsteoretiskt perspektiv, är att ämnet fortlevt som en självständig, uppdelad disciplin under alla dessa år. I takt med att »organisationer« växer och förändrar sin inriktning, liksom företagsekonomi gjort i Norden, skulle man kunna vänta att också större strukturella förändringar tog plats ifråga om ämnets avgränsning och uppdelning. Vi känner alla till de öden som brukar drabba okontrollerat växande organisationer. Enligt min uppfattning upplever företagsekonomi i Norden nu en allvarlig »identitetskris«.

Valet av ämnesinriktning för denna konferens är ett tecken på detta. Det föreligger ett behov av att på något sätt motivera att företagsekonomi utgör en samlad enhetlig disciplin.

3. Företagsekonomi som affärsidé

Man kan fråga sig om det egentligen föreligger något intresse för andra än företagsekonomins egna utövare att på detta sätt försöka definiera området för och betydelsen av företagsekonomins inflytande. Varje organisation som befinner sig i svårigheter upplever behov av att identifiera sin verksamhet, »för sig själv«. Men frågan är om omvärlden – arbetsgivare, kunder, samhällsdebattörer – egentligen upplever denna frågeställning som särskilt intressant. Man anser det omöjligt eller ointressant att urskilja företagsekonomi från övriga discipliner. Verkligheten struktureras i det enskilda fallet på ett helt annat sätt än den rena »produktionsinriktning« bygger på som återfinns i de vetenskapliga disciplinernas utbildning och forskning. Ämnesindelningen är sålunda ett produktionsproblem, inte ett konsumtionsproblem.

Från min egen verksamhet i ett medelstort konsultbolag med inriktning på organisationsproblem har jag upplevt detta förhållande på två sätt. Dels har vi själva gjort misstaget att i broschyrer och på annat sätt söka »definiera« vad vi håller på med, utan att egentligen någonsin lyckas med det. Kunderna är intresserade av vad vi kan och vad vi gör i det enskilda fallet, inte av våra egna problem att motivera vårt existensberättigande. Dels har jag i anställningskontakter och i samband med forskarbesök kunnat konstatera att frågan om de berörda individernas ämnestillhörighet är utomordentligt ointressant. Vilka ämnen en viss anställningssökande läst eller från vilken disciplin en viss intressant forskare kommer tillhör det som vi ägnar minst uppmärksamhet. Det viktiga är vad han eller hon kan och vilka erfarenheter denne har skaffat sig. Vi upplever också själva starkt i vår egen verk-

samhet, där vi har – om vi ger oss mödan att tänka efter – representanter från många olika discipliner, såsom företagsekonomi, sociologi, psykologi, statskunskap, kulturgeografi, ergonomi och psykoterapi – blandade i en enda röra att vi praktiskt taget aldrig frågar efter vilket ämne han eller hon »representerar«. Om något känner vi oss specialiserade på ett annat sätt, på samhälls- respektive organisations- och individproblem.

4. Samhällets behov av forskning

Jag tror att man i den vetenskapliga världen alltför mycket har fångats av tanken att forskningen skall vara »samhällsnyttig« och att praktikererna längtar efter att få använda forskningsresultaten på kort sikt för praktiskt bruk. Jag tror att så sällan är fallet, om man därmed menar att praktikererna tror att man på så sätt skall kunna fatta bättre beslut. I de fall en sådan förhoppning förekommer, rör det sig ofta om en övertro på forskningens »matnytta«, som man snart förlorar vid kontakt med forskningsresultat. Forskningen har däremot, enligt min uppfattning en *annan* värdefull uppgift att på lång sikt påverka vår bild av hur samhället och av hur enskilda företag och individer fungerar. Det är också viktigt för den jäktade praktiker att kunna få hämta inspiration och uppslag till nya tankar genom en dialog med forskningsvärlden. Men behöver det inte all röra sig om konkreta tillämpbara resultat, utan snarare om uppslag som bör användas för bearbetning i praktikerens egen hjärna.

Men hur kommer det sig då att praktiker ofta önskar få hjälp av forskningen. Ja, det finns en rad mer eller mindre legitima skäl för detta. För det första ger forskningskontakten utslag för ett slags »ritualism«, det »skall till« forskning. För det andra kan forskningsresultat användas för att legitimera åtgärder som man redan mer eller mindre har beslutat på förhand. För det tredje kan det vara bra att skylla på forskningen om man tvingas vidta impopulära åtgärder eller – vilket kanske är vanligare – söka fördröja dessas genomförande. »Det behövs mera forskning först«.

Vår bild av vad forskning är, och vem som skall utföra den, är också alltför mycket präglad av traditionella värderingar. Den nya syn på forskning som växer fram inom forskningsvärlden, i riktning mot medvetandestudier och aktionsforskning, har ej »uppfattats« av omvärlden. Vi måste också bli varse att forskningen, genom lagen om situationsanpassning, alltmer bör och kommer att bedrivas i andra former och andra organisationer än vid de traditionella akademiska lärosätena.

5. Den företagsekonomiska identiteten

Om vi ändå skulle söka att sammanfatta några av de bärande idéer som företagsekonomien i gemen bär med sig och ifråga om vilka han kan känna identitet med andra företagsekonomer, skulle jag för egen del vilja urskilja följande »satser«:

- a. företagsekonomien förser företag och samhällsorgan med verktyg för och prov på en »begränsad rationalitet«. Å ena sidan tror vi alltså att det är möjligt att förbättra rationaliteten i beslutsfattandet, men å andra sidan är vi medvetna om de begränsningar som vidlåder denna.
- b. företagsekonomien har kännedom om och förmåga att i begränsad omfattning kunna påverka det organiserade beteendet i riktning mot en högre grad av rationalitet.
- c. företagsekonomien betonar sambandet mellan en organisations »inre« och »yttre« liv. Verksamhetens utformning inom organisationen är en återspeglning av organisationens relationer till omvärlden. Detta kommer bl.a. till uttryck i betoningen av marknadsföringens centrala roll, när det gäller att anpassa verksamheten till omvärldens förutsättningar eller eventuellt tvärt om.

- d. företagsekonomi fäster uppmärksamhet vid styrning och ledarskapsproblematiken och framhäver olika former för styrning samt olika typer av ledarroller.
- e. företagsekonomi framhäver – fastän i alltför liten omfattning – betydelsen av entreprenörskap – framhållandet av företaganda, handlingskraft, risktagande och kreativitet.
- f. företagsekonomi söker tillämpa sina beslutsmodeller och organisationsstrukturer även på »större« strukturer än enskilda företag. Betoningen av struktur- och regionalekonomiska problem har kommit att alltmer framhävas. Företagsekonomi har på så sätt kommit att fungera som en »brygga« mellan samhälle och företag, t.ex. vad gäller synpunkter på ett lands näringspolitik där tidigare alltför ensidiga nationalekonomiska tankesätt fått dominera. Företagsekonomi har också en viktig uppgift när det gäller att föra in tankar på ledarskap och rationellt beteende i »myndighetsvärlden«.

6. Strategisk planering för företagsekonomi

En speciell egenskap hos företagsekonomi, som ger den ett slags speciell »marknadsnisch« är att den, genom sin starkt tvärfackliga inriktning och genom de inflytelser den har mottagit under många år från skilda discipliner kan fungera som ett slags neutral »marknadsplats« eller »transformatorstation« för de olika tankar kring samhälle, företag och individ som har sitt ursprung i andra discipliner. Mer specifikt kan vi säga att företagsekonomi på så sätt kan bidra till att skapa en balans mellan bl.a. följande synsätt som polariseras mot varandra:

- a. balans mellan strukturbeskrivningar och processbeskrivningar, liksom betoning av organisationsstrukturens resp. förändringsprocessens betydelse.
- b. balans mellan betoning av organisationens krav och individens utveckling. En förändring kräver åtgärder både på organisations- och på individplanet.

- c. en balans mellan ordning hos kaos.
- d. en balans mellan krav på rationalitet, kreativitet och emotionalitet. Men emotionaliteten är hittills ganska underförsörjd. Kanske kan företagsekonomi härigenom också bidra till en bättre balans mellan »manliga« och »kvinnliga« drag i organisationsbeteendet.

Tagna tillsammans skulle dessa särdrag hos företagsekonomien kunna göra denna till ett redskap för våra möjligheter att ta oss ut ur det »låsta« samhälle som vi alltmer tycker oss befinna oss i, som småföretagare, som storföretagsrepresentanter och som myndighetspersoner. Det krävs en helhetssyn, som kanske företagsekonomien skulle kunna erbjuda för att vi skall kunna ta oss ur den samhällssituation vi befinner oss i och som alltmer kännetecknas av det man brukar kalla »misslyckandenas överlevnad« – omöjligheten att bryta oss ut ur givna vane- och beteendemönster. Men då måste vi också se till att företagsekonomien själv inte får bli ett exempel på detta fenomen.

7. Handlingsalternativ för företagsekonomien

Vilka principiella av strategier kan det företagsekonomiska ämnet välja för sin framtid? Man kan urskilja några huvudtyper av sådana som antingen kan komma till stånd frivilligt eller skapas tvångsvis:

- a. en encyklopedisk strategi. Företagsekonomien fortsätter att hålla på med litet av varje och ger en bra allmän grund, både inom utbildning och forskning.
- b. företagsekonomien söker verka som en medveten integrerare och katalysator av de olika synsätt som finns inom närliggande discipliner.
- c. företagsekonomien delar upp sig på ett antal skilda discipliner, som var och en kännetecknas av en viss teoretisk sammanhållning och praktisk inriktning. Detta är ju ett vanligt naturligt fenomen i en organisations tillväxt.

- d. företagsekonomin söker renodla sig i riktning mot det som är själva »kärnan« i ämnet – redovisning och kalkyleringsfrågor. Övriga delar av det som idag är företagsekonomi överförs i stället till angränsande ämnen och får där möjlighet att påverka dessas inriktning.
- e. företagsekonomin tvingas genom den »uttunning« av ämnet, som så småningom sker, mot en »abdikation« där det inte längre går att erbjuda någon identitet åt vare sig forskare, lärare eller utexaminerade praktiker.