

Om teorier i erhvervsøkonomien

Af Stig Ingebrigtsen og Michael Pettersson*)

Resumé

En af de klassiske fremgangsmåder for opstilling af teorier i erhvervsøkonomi diskuteres p.b.a. en vurdering af erhvervsøkonomiens substanser og analysesituationer. I stedet for at diskutere fremgangsmåder konkluderes det, at teorier i erhvervsøkonomien primært bør sigte på teorikonstruktionsniveauet i stedet for dataniveauet, hvis tilknytningen til virkeligheden skal være reel.

Med skiftende mellemrum opstår der nye teorier i erhvervsøkonomien, og der er naturligvis mange forskellige grunde til, at nye teorier fremstår. Servicemanagement/-marketing er et nyere eksempel på opstilling af teori med støtte i enkelt tilfælde/observation(er).

Dette at teoretisere med udgangspunkt i enkelttilfælde er der naturligvis intet nyt i. Det er en klassisk fremgangsmåde brugt gennem århundreder og benævnt induktiv generalisation.

Den induktive fremgangsmåde stilles ofte op som modsætning til den deduktive; det er ikke meningen at tage denne problemstilling op, blot konstatere at en fortløbende proces i erhvervsøkonomien ofte indeholder begge aspekter i større eller mindre grad, og sjældent er det rendyrket deduktion eller induktion (som kendt fra matematikken).

Formålet med at opstille en teori er ofte ønsket om på baggrund af observationer at opstille forklaringer på hændelser; og hvor forklaringerne tilstræbes en karakter af lovmæssigheder, d.v.s. forklaringer søges opstillet med så stort et indhold af generaliserbare argumenter som muligt.

*) Institut for afsætningsøkonomi, Handelshøjskolen i København. Artiklen modtaget juni, 1985.

Om teorier i erhvervsøkonomien

Af Stig Ingebrigtsen og Michael Pettersson*)

Resumé

En af de klassiske fremgangsmåder for opstilling af teorier i erhvervsøkonomi diskuteres p.b.a. en vurdering af erhvervsøkonomiens substanser og analysesituationer. I stedet for at diskutere fremgangsmåder konkluderes det, at teorier i erhvervsøkonomien primært bør sigte på teorikonstruktionsniveauet i stedet for dataniveauet, hvis tilknytningen til virkeligheden skal være reel.

Med skiftende mellemrum opstår der nye teorier i erhvervsøkonomien, og der er naturligvis mange forskellige grunde til, at nye teorier fremstår. Servicemanagement/-marketing er et nyere eksempel på opstilling af teori med støtte i enkelt tilfælde/observation(er).

Dette at teoretisere med udgangspunkt i enkelttilfælde er der naturligvis intet nyt i. Det er en klassisk fremgangsmåde brugt gennem århundreder og benævnt induktiv generalisation.

Den induktive fremgangsmåde stilles ofte op som modsætning til den deduktive; det er ikke meningen at tage denne problemstilling op, blot konstatere at en fortløbende proces i erhvervsøkonomien ofte indeholder begge aspekter i større eller mindre grad, og sjældent er det rendyrket deduktion eller induktion (som kendt fra matematikken).

Formålet med at opstille en teori er ofte ønsket om på baggrund af observationer at opstille forklaringer på hændelser; og hvor forklaringerne tilstræbes en karakter af lovmæssigheder, d.v.s. forklaringer søges opstillet med så stort et indhold af generaliserbare argumenter som muligt.

*) Institut for afsætningsøkonomi, Handelshøjskolen i København. Artiklen modtaget juni, 1985.

Det helt centrale i teori-begrebet er således generalisering og lovmæssigheder.

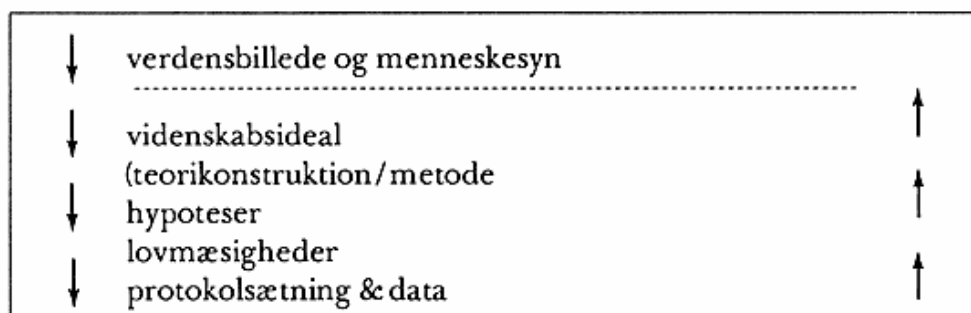
Ønsket om lovmæssigheder er udbredt inden for næsten enhver videnskab, men få discipliner er nået særlig langt, bortset fra fysik og kemi.

Det afgørende for teoriopstilling respektivt fund af lovmæssigheder i naturvidenskaben er karakteren af de substanser og enheder, der analyseres samt hele den situation, som observationen omfatter.

Tænkes på den klassiske fysik, er der tale om materielle substanser (d.v.s. ikke-levende/ikke selvstændigt ageende enheder (jf. Newtons 1. lov)), der ofte forsøges observeret under eksperimentets krav om lukkethed og kontrollerbarhed. Dette er afgørende forhold for at kunne tale om teorier i naturvidenskabelig forstand, d.v.s. der er skabt mulighed for i princippet at efterstræbe deterministiske love. (Der bortses fra, at der gælder andre forhold for moderne atomfysik, kvantemekanik).

Klassisk fysiks love og teorier giver herved mulighed for at forudsige hændelsesforløb med særdeles stor nøjagtighed. Forudsigelse kan imidlertid vedrøre forskellige niveauer, og i den klassiske fysik omfatter forudsigelse også det konkrete og specifikke dataniveau. Det kan udtrykkes som at de opstillede teories kausale funktionssammenhænge omhandler såvel retning-, form- som styrkeniveau.

Et andet snit til karakteristik af videnskabelige teorier kan symboliseres ved K.B. Madsens figur, der viser opbygningen af videnskabelige teorier.



I denne forbindelse fremføres, at klassisk naturvidenskabelig teori går fra videnskabsideal/teorikonstruktion og helt ned på lovmæssigheder og data, hvorfor den principielle deterministiske forudsigelse omhandler dataniveau.

Inden for nogle af erhvervsøkonomiens forskelligartede discipliner (her eksemplificeret udfra afsætningsøkonomi) har det i lang tid været en fremherskende antagelse, at flere empiriske analyser ville give bedre muligheder for at opstille lovmæssigheder inden for erhvervsøkonomi. Dermed bliver man bedre i stand til at kunne forudsige den fremtidige udvikling og derved nemmere kunne kontrollere og styre denne udvikling.

Det er dog et spørgsmål, om flere og flere data nødvendigvis medfører en større evne til forudsigelse, d.v.s. om data nødvendigvis leder til lovmæssigheder af universel karakter.

Imidlertid medfører et sådant spørgsmål principielle overvejelser omkring muligheden for overhovedet at kunne opstille universelle lovmæssigheder i erhvervsøkonomi. Især da den altovervejende forskning er fortsat dataorienteret og ikke baseret på principielle erkendelsesmæssige overvejelser.

Et af formålene med denne artikel er, at forsøge at pege på nogle problemer vedrørende diciplinen erhvervsøkonomi, som har som konsekvens, at der nødvendigvis må opstå principielle erkendelsesmæssige problemer, hvis man på baggrund af en foretaget dataindsamling ønsker at udtale sig i mere generelle vendinger om relationer mellem årsager og virkninger.

Den form for generalisation, vi her taler om, er som nævnt induktiv generalisation, d.v.s. at vi udfra observationer af enkelte dele eller specielle forhold slutter os til lovmæssigheder af generel/almen karakter. J. Witt-Hansen gør dog opmærksom på, at der eksisterer andre, omend selv i erkendelsesteoretisk sammenhæng mere ukendte former for generalisation; eksempelvis abstraktion af specielle begreber til mere generelle begreber (anvendes ved »trivielle begrebsdannelser og klassifikation«) samt den matematiske generalisation, der mere »har karakter af et heuristisk princip, der måske snarere hører hjemme i en *ars inveniendi* end i en *ars demonstrandi*«, d.v.s. at den måske mere er et opdagelses/problemidentifikationsprincip end et bevisprincip. Den matematiske generalisation lader sig dog kun anvende i en disciplin, der er trådt ind i sin »logisk-matematiske fase«, d.v.s. har matematik som sin primære udtryksform.

Da udgangspunktet her ikke primært har været at danne et generelt begreb på baggrund af specielle begrebers bestemte kendetegn (eksempelvis udviklingen fra pristeori, kvalitetsteori og salgsindsatsteori

til parameter-teori) ser vi i første omgang bort fra begrebsgeneralisation.

Den matematiske generalisation må nærmest betragtes som en umulighed, da erhvervsøkonomi i almindelighed endnu ikke har og måske heller ikke kan nå ind i en logisk-matematisk fase som eksempelvis naturvidenskaberne har gjort det. (I perioder har erhvervsøkonomi dog arbejdet med dette ideal som målsætning). Tilbage står derfor at undersøge, om den traditionelle induktion er en mulig generalisationsprocedure i erhvervsøkonomi, d.v.s. om man udfra indsamling af data/observationer kan opstille generelle lovmæssigheder.

Et krav, der må være opfyldt, hvis en sådan procedure skal kunne lykkes, må være, at vi tror, der findes og derfor kan søge efter konstanter eller lovmæssigheder (noget der ikke varierer med tid, sted o.l.), som man har gjort det i naturvidenskaben. Man må således på baggrund af data og observationer (erfaring) kunne formulere lovmæssige sammenhænge af kvantitativ eller kvalitativ art, eksempelvis mellem pris og mængde.

Som det forhåbentlig fremgår, er der en snæver sammenhæng mellem på den ene side muligheden for at kunne opstille lovmæssigheder og teorier, der principielt deterministisk kan forudsige på dataniveau, og på den anden side de substanser, der observeres.

Hvorledes kan erhvervsøkonomiens »substanser« eller analyseenheder karakteriseres?

Erhvervsøkonomiens »substanser« er mangeartede og kun en mindre del kan jævnføres med naturvidenskabens materielle, ikke-levende substanser.

De levende »substanser« består i erhvervsøkonomien af selvstændige agerende individer (beslutningstagere), med mindre ekstremt mekanistiske menneskemodeller antages. Yderligere er disse selvstændigt agerende individer i interaktion med en stærkt varierende/dynamisk omverden. Alene disse forhold medfører, at tanken om teorier baseret på lovmæssigheder udledt af kausale funktioner bliver problematisk.

Hvad bliver teorier da i erhvervsøkonomi? Deskriptivt betragtet er der ingen tvivl om, at megen teoretiseringen har haft det naturvidenskabelige ideal som udgangspunkt, ofte udmøntet i såkaldte repræsentative undersøgelser af, hvad der er foretaget i bestemte situationer, hvorefter denne deskription »ophøjes til lov« og i næste øjeblik vendes til basis for normative retningslinier for fremtiden.

Ønsket om generalisering, d.v.s. opstille lovmæssigheder, fremtræder således tydeligt i erhvervsøkonomisk teoribygning, hvilket givet baggrunden også må være naturligt. Dog, ihukommes det netop anførte om erhvervsøkonomiens »substanser«, bliver spørgsmålet om generalisering væsentligt mere problematisk.

At det ikke er lykkedes i erhvervsøkonomien at finde konstanter og opstille lovmæssigheder beror således bl.a. på, at vi ikke er i stand til at opstille kontrollerede eksperimenter og derved observere eventuelle konstanter samt måle disse med vilkårlig stor nøjagtighed, idet forandringer i vore systemer som nævnt oftest er forårsaget af en uendelighed af forskellige indbyrdes afhængige forhold og derved uden mulighed for at forudsætte kontinuitet, der er en forudsætning for kausalitet. Det må nærmest karakteriseres som en definition på undersøgelse af det specielt menneskelige, at kausale observationer/målinger er en umulighed, idet enhver tilnærmelse til det lige fremførte ideal måtte medføre, at man søgte at reducere det specielt menneskelige til noget materielt. En af forudsætningerne herfor er naturligvis, at man i erhvervsøkonomien har med menneskelige beslutninger/valg (immaterielle substanser) at gøre og ikke med naturvidenskabens materielle substanser (faldende sten og trillende kugler). De fleste vil nok kunne tilslutte sig denne overordnede beskrivelse af økonomi kontra naturvidenskab.

Naturvidenskabens udgangspunkt i materielle substanser samt ønsket om at opstille lovmæssigheder respektivt søge efter invarianser har bl.a. medført, at naturvidenskaberne har søgt at neutralisere observatørens/forskerens indflydelse på observationen/måleprocessen ved f.eks. i den klassiske fysik at skille subjektet (observatøren) fra måleinstrumentet samt at skille måleinstrumentet fra objektet (det observerede). I kvantefysikken, hvor det ikke er muligt at skelne skarpt mellem måleinstrument og objekt, må man betragte det eksperimentelle arrangement under et (af Bohr betegnet: fænomen) og således kun skelne skarpt mellem observatør (subjekt) og fænomen. I erhvervsøkonomi står vi imidlertid i den principielle situation, at det observerede som oftest ikke er noget materielt, men et subjekt på lige fod med iagttagere/observatør. Vi får derved relationer mellem subjekter. De deraf følgende observationer/data er derfor kun udtryk for en bestemt proces som eksempelvis har fundet sted mellem bestemte mennesker på et givet tidspunkt og giver intet grundlag for at udtale sig om generelle

lovmæssige sammenhænge (konstanter). Det er derfor et spørgsmål om problemer i erhvervsøkonomien ikke principielt må være afhængig af tid, sted, person o.l.

Megen anstrengelse har dog været udfoldet i markedsanalyseteori for at komme ud over den principielle observationssituation og nærme sig situationen i klassisk fysik med en skarp adskillelse mellem subjekt – måleinstrument – objekt. At man ved disse forsøg på adskillelse berører det unikke – det individuelle – ved mennesket, altså det, der karakteriserer menneskelige beslutninger og valg, har ikke været påagtet i denne forbindelse og kommer sjældent til udtryk i dagens markedsanalyse. Her eksisterer stadig troen på muligheden for at transformere principielt kvalitative, unikke og individuelle data til kvantitative mere eller mindre generelt formulerede sammenhænge m.h.p. forudsigelse og kontrol.

Menneskets individualitet og mangfoldighed gør dog, at forsøg på at opstille lovmæssigheder med udgangspunkt i indsamlede data/observationer kun er mulig ved reduktion af individualiteten/mangfoldigheden til noget mekanisk, kvantitativt, d.v.s. ikke menneskeligt. Ifølge bestræbelserne i markedsanalysen kan et sådant forsøg lykkes, men da har erhvervsøkonomi til gengæld fjernet sig fra den virkelighed, der har med menneskers beslutninger/valg at gøre.

Hvad kan der så gøres normativt for en erhvervsøkonomisk induktiv teoribygning? Et forslag har været i stedet for egentlige repræsentative undersøgelser at udfinde (arke)typer på situationer/virkomheder, der så kunne fungere som generaliserbar model for tilsvarende enheder. Dette kunne også kaldes segmenteret induktion.

Denne strategi kunne ved første øjekast se acceptabel ud, men det alt-afgørende forbliver jo muligheden for rent faktisk at opstille ens enheder/situationer, hvor generalisering har mening. Arketype-begrebet som C.G. Jung opstiller i begyndelsen af århundredet i forbindelse med opstillingen af en personlighedspsykologi kan virke besnærende at overføre til andre discipliner in casu erhvervsøkonomi. Men det er afgørende at være bevidst på, at det netop er i et forsøg på at udvikle en *forstående* personlighedspsykologi i modsætning til en *forklarende* (naturvidenskabelig), at Jung introducerede arketypebegrebet. Derfor omhandler begrebet specielt de »åndelige/sjælelige« kollektivt ubevidste temaer og motiver. Hvis arketypebegrebet således skal have en dybere mening i erhvervsøkonomien, må det forudsætte:

1. at der findes sådanne »ubevidste sjælelige« temaer og motiver i relation til virksomheder m.v.

2. at det er muligt at afdække disse ubevidste forhold.

Der skrives selvfølgelig ofte om en virksomheds ånd og kultur, men hvis arketype-begrebet skal kunne udvikles til noget brugbart, skal der analyseres helt anderledes ikke-analytisk og meget dybere end i dag.

Det ovenfor anførte om normative retningslinier for induktiv generalisation har stadig som mål at nå frem til generalisationer i form af lovmæssigheder.

En helt anden strategi kunne være, at i stedet for at fokusere på midler, så at fokusere på mål. Som en logisk konsekvens af det anførte bl.a. om erhvervsøkonomiens »substanser« og hele analysesituation ville det være naturligt at ændre målet om generalisering på dataniveau, og i stedet fokusere på teorikonstruktion og hypoteser; på dette niveau mener vi, der i højere grad kan tales om mulighed for induktiv generalisering. Det er herved et spørgsmål, om den tidligere afgrænsede begrebsgeneralisering alligevel bliver interessant som (eneste) mulighed for generalisering i erhvervsøkonomien.

Hermed menes der, at erhvervsøkonomisk teoribygning ofte i langt højere grad bør sigte mod analyse af teoristrukturer/teorikonstruktioner i stedet for induktiv generalisering på dataniveau, herunder eksempelvis ophøje enkelt-tilfælde/observationer til lovmæssigheder.

Med teorikonstruktioner menes samlinger af begreber/variable, hvis *konkrete* sammenhænge kun kan fastlægges i relation til enkeltstående situationer. Hvis det accepteres, at der er meget lille sandsynlighed for ensartede situationer og virksomheder samt, at verden må opfattes som reelt dynamisk, må det være vigtigt at vide og kende til forskellige teorikonstruktioner (der jo også ændres løbende) og til forskellige variable, der potentielt er relevante. Med reelt dynamisk menes ikke alene, at tiden indgår som forklarende variabel, men at antallet af interagerende variable oftest er af en sådan størrelsesorden (bl.a. øget gennem det internationale samfund), at enhver tanke om, at en situation kan genfindes, må opgives. Dette er på den ene side med til at formindske sandsynligheden for forekomsten af lovmæssigheder og på den anden side formindske søge-læreprocessers relevans, hvis disse er orienteret mod konkret problembehandling på dataniveau. Disse teorikonstruktioner, variable og funktioner må så i hver enkelt (unik) situation vurderes og sammenstilles efter gældende mål, i stedet for at

gribe efter færdige pseudo kausal-relationer.

Dette medfører, at den enkelte virksomhed må udvælge teorikonstruktioner, metoder, variable, funktioner m.v. og selv sammensætte sit unikke verdensbillede, hvori der foregår mere eller mindre unikke funktionssammenhænge og først og fremmest, hvor den enkelte virksomhed med udgangspunkt i de pågældende menneskelige ressourcer og overordnede målsætninger vælger sin egen handlingsstrategi i den konkrete problemsituation.

Dette er en naturlig følge af erhvervsøkonomiens typiske verdensbillede, der *ikke* er en analyse af en uafhængig omverden, men derimod en omverden, der delvis er en funktion af virksomhedens handlinger.

En mulig løsning på induktionsproblemet er således at ændre målsætning. Udskifte den logisk urealistiske målsætning afledt af naturvidenskabelige idealer og i stedet erkende de »substanser«, situationer og virksomheder, der er grundlaget for erhvervsøkonomisk forskning og praksis. Disse medfører logisk ændring af målsætningen om induktion på dataniveau til i stedet at satse på generalisering af teorikonstruktionsniveauet.

På samme måde som W. Alderson for konsumenternes vedkommende argumenterede for at gå ud fra antagelsen om heterogenitet, argumenterer vi således her for, at helt analogt med Aldersons konsumenter bør den enkelte virksomhed og dennes situation opfattes som unik, og dermed er virksomhederne såvel som efterspørgerne heterogene, hvis erhvervsøkonomien skal omhandle »virkeligheden«.