

2021-07-21 07:00 CEST

Konkurrens ingen patentlösning

Konkurrens har länge setts som universallösningen på många samhällsproblem. Skolor, avfallshantering, universitet, äldreomsorg och mycket annat antas må väl av att utsättas för konkurrens. Men beslutsfattare missar ofta att konkurrens inte är ett naturligt fenomen. Det krävs mycket arbete och organisering för att skapa och upprätthålla konkurrens. Det visar forskare i företagsekonomi vid Uppsala universitet, som presenterar sina resultat i boken *Competition. What it is and why it happens*.

– Trots att ordet konkurrens används flitigt i vardagen och samhällsdebatten, är det få som förstår vad det verkligen är, hur den fungerar och kanske framförallt varför och när den uppstår. Främst förknippas konkurrens med marknader, men konkurrens finns överallt, till exempel mellan kompisar, inom universitetsvärlden och inom sporten och är en central del i vår demokrati. Men det är en vanlig, men felaktig föreställning att konkurrens är ett naturligt fenomen, säger Stefan Arora-Jonsson, professor i företagsekonomi vid Uppsala universitet, och en av redaktörerna för boken.

I boken *Competition. What it is and why it happens* (Oxford University Press) har man samlat författare från olika forskningsområden; företagsekonomi, sociologi, antropologi, pedagogik, filosofi och redovisning. Alla har inom sina vitt skilda områden studerat uppkomsten och effekterna av konkurrens. Fokus har inte varit på traditionellt ekonomiska marknader utan på andra sammanhang, som till exempel mellan elever i klassrum och om status bland avfallshanteringsbolag. De har även studerat hur konkurrens kan skapas på olika sätt, till exempel genom rankningar av universitet eller genom att modeskapare observerar varandra, och även hur konkurrens kan uppkomma utan att någon egentligen vill det.

Forskarna i boken visar tydligt på hur införandet av konkurrens, till exempel mellan skolor, kräver mycket organiseringsarbete av kommuner och andra –

vilket kan vara en anledning till att vi i skoldebatten ser så marginella effekter av konkurrensreformen och varför det ofta uppstår oväntade problem och kostnader.

Den som vill skapa konkurrens måste se till att det finns konkurrenter. Men vilka ska de vara? Är det skolor eller elever som ska konkurrera? Universitet eller forskare? Ska avdelningar inom ett företag konkurrera? De som ska konkurrera behöver uppleva sig själva och andra som konkurrenter, vilket kan vara en stor ändring för till exempel en lärare eller en läkare. Det måste också finnas något att konkurrera om. Man måste få de tilltänkta konkurrenterna att önska sig något som inte alla kan uppnå. Det kan handla om pengar, status, uppmärksamhet och mycket annat. Ibland är det svårt att övertyga människor om att de eller deras organisationer konkurrerar, ibland är det förledande lätt.

Med den utgångspunkten har forskarna kommit fram till flera, delvis överraskande resultat, som presenteras i boken.

1)Konkurrens kostar och tar tid.

Svenska kommuner har lagt ner stora resurser och arbete på att få skolor att börja konkurrera om elever. Om det har lyckats eller inte beror på varje kommuns förutsättningar och hur de arbetat med att organisera fram konkurrensen. Då organiseringen skiljer sig mellan kommuner fungerar konkurrensen mellan skolor olika mellan kommuner.

2)Konkurrens uppstår inte alltid.

Att försöka organisera fram konkurrens kan misslyckas. I boken presenterar forskarna flera sådana exempel, till exempel när det gjordes försök att införa konkurrens mellan avfallshanteringsbolag i Schweiz, vilket ledde till att vissa bolag började se sig som återvinnings- eller energiföretag för att på så vis undkomma konkurrensen med andra avfallsbolag.

3)Konkurrens kan uppstå oavsiktligt.

Att locka med priser eller rankningar kan leda till att en situation blir till konkurrens utan att det finns någon vits eller något syfte. Exempelvis när ett vetenskapligt pris lurar in forskningsgrupper i konkurrens med varandra, eller

när elever under ett prov tjuvtittar över axeln på varandra i klassrummet och tävlar trots att det inte är någon tävling.

4)Konkurrens är svårt att avskaffa.

När en situation väl uppfattas som konkurrens är det svårt att organisera bort – något ett globalt teknikföretag bittert fick erfara efter ett försök att köpa upp tidigare konkurrenter. Trots sammangåendet var det mycket svårt att få de tidigare konkurrenterna att sluta se sig som konkurrenter, vilket hämmade viljan att samarbeta för det nya företags bästa.

5)Konkurrens får ibland oväntade effekter.

Precis som att konkurrens har setts som lösningen på mycket, har den även setts som något som bara finns av sig självt, utan någon ansträngning men som tvingar oss till andra ansträngningar: Sverige uppges befinna sig under stark konkurrens från andra länder om innovationer, arbetstillfällena och forskare och det antas göra vissa politiska åtgärder nödvändiga. Men vad är konkurrens och hur får man personer och organisationer att se sig som konkurrenter? Och vad ska de konkurrera om?

Genom att utgå från en tydlig definition av begreppet konkurrens bjuder författarna in till analyser av hur konkurrens uppstår och undviks på olika samhällsområden, för hur konkurrens kan skapas och avskaffas och för vilka effekter den får.

– Konkurrens är ingen patentlösning som löser alla problem. Det kräver kunskap och behöver förstås som vilket annat verktyg som helst, säger Stefan Arora-Jonsson.

För mer information:

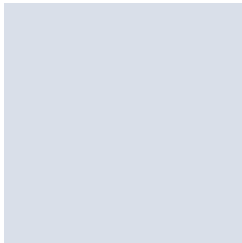
Stefan Arora-Jonsson, professor i företagsekonomi vid företagsekonomiska institutionen vid Uppsala universitet, e-post: stefan.jonsson@fek.uu.se, telefon: 018-471 3959.

[Competition. What it is and why it happens](https://global.oup.com/academic/product/competition-) (Oxford University Press), redaktörer: Stefan Arora-Jonsson, Nils Brunsson, Raimund Hasse och Katarina Lagerström, <https://global.oup.com/academic/product/competition->

Uppsala universitet

Sveriges första universitet. Kvalitet, kunskap och kreativitet sedan 1477. Utbildning och forskning av högsta kvalitet och relevans för samhälle, näringsliv och kultur. Uppsala universitet rankas bland världens främsta lärosäten. www.uu.se

Kontaktpersoner



Elin Bäckström

Presskontakt

Pressinformatör

Forskning, utbildning, övergripande

elin.backstrom@uadm.uu.se

070-425 09 83

070-425 09 83