

Socialt utan tvingande lag

Många företag löser sociala problem av fri vilja. Lagstadgade krav kan göra mer skada än nytta.

Av Niklas Elert

Jag håller med Adrian Wooldridge om att utkastet till en lag om "Better Business" i Storbritannien är en dålig idé. Lagstiftning som kräver att aktiebolag uppfyller sociala syften leder i bästa fall till handlingsförlamning, i värsta fall till att byråkrater trakasserar dem som inte möter vad som oundvikligen blir en vag standard. I grund och botten handlar det om huruvida företag bör ha andra syften bortom ekonomisk prestationsförmåga, som att bekämpa ojämlikhet och klimatförändringar.

Frågan förtjänar dock att tas på större allvar än vad Wooldridge gör. Företagslogoner som "att skapa lönsamma lösningar på människans och planetens problem och inte profitera på att skapa problem" ser han som "ordbajseri och godhetssignalering". Och det är svårt att inte dra på munnen åt de löjeväckande exempel han ger på ett företagsposering som löpt amok. Fast samtidigt är denna syftessvada farlig, menar Wooldridge, eftersom folk i hjärtat av den sociala syftesrörelsen "vill omprogrammera företagen så att de löser samhällsproblem som regeringar och frivilliga organisationer har visat sig oförmögna att bemästra".

Här kliar jag mig i huvudet. Jag tror alltså inte heller att lagen om "Better Business" är vidare genomtänkt. Men, om vi bortser från det orwellianska verbet "omprogrammera", som Wooldridge själv valt: Finns det egentligen något hotfullt alls i den sociala syftesrörelsens önskan?

Vill inte de flesta av oss att företag ska lösa samhällsproblem som ingen annan lyckas lösa? Är det inte rent av så att många företag redan gör detta – i stor eller liten skala, vare sig de marknadsför sig som världsförbättrare eller inte? Omvänt: ifall ett företag istället bidrar till världens problem, till exempel genom att förorena vår planet, vill vi inte att det företaget ska skärpa sig (vare sig beteendet är lagligt eller ej)?

Är detta kontroversiellt? Finns det något i den önskan Wooldridge beskriver som farlig som faktiskt är farligt, fränsett verbet "omprogrammera"?

Wooldridge påpekar att det kan vara svårt att skilja ett socialt syfte från ett affärssyfte, men menar att det är en politisk uppgift att avgöra vilka världens problem är och hur de ska lösas. Det, menar han, är inte något företagsledare är lämpade för "med sina överdådiga inkomster och sin isolerade livsstil".

Så att, som ett exempel, identifiera bristen på goda kommunikationer i utvecklingsländer som ett allvarligt socialt problem och lösa det genom att tillhandahålla billig mobiltelefoni eller billigt internet (och samtidigt bli rik på kuppen) skulle alltså vara en alltför svår uppgift för världens företagare? Vad gör de i så fall alls för nytta, annat än att producera majonnäs, vilket tydligen är det enda Unilever ägnar sig åt? Och vad är i så fall meningen med att försvara företagets vinstmotiv? Wooldridge betraktar det kanske som så självklart att man inte behöver orda mer om det än att säga att "med det sociala syftet i bagaget blir det svårare för företagen att utträta sitt egentliga arbete, alltså att konkurrera med varandra om att producera de bästa varorna och tjänsterna till lägst pris. Den historiskt vidmakthållna tillväxt som följde på den liberala lagstiftningen i 1800-talets mitt kan inte gärna vara en tillfällighet."

Nej, den tillväxten är knappast en tillfällighet. Sannolikt är det inte heller en slump att Wooldridge, när han här förklarar vad det är som står på spel, själv börjar använda termer med en tydlig klang av – vågar jag säga det? – socialt syfte. Kopplingen borde göras tydligare.

Det finns gott om vetenskapliga studier som visar på värdet av hyfsat fria marknader som stimulerar vinstdrivet entreprenörskap och innovationer: till exempel uppskattar entreprenörskapsforskaren William Baumol att innovationer drivit fram 90 procent av tillväxten under perioden Wooldridge talar om. Men intressant nog är det svårt att prata om betydelsen av sådana samband utan att börja använda ord ur den sociala syftesrörelsens ordbok.

Först och främst: Vem har den här innovationsgenererade tillväxten tillfallit? Jo, samme Baumol uppskattar att 96 procent av värdet av en innovation tillfaller någon annan än den som skapat dem – det vi finns alltså en inte så obetydlig fördelningsmässig aspekt där. Ekonomihistorikern Deirdre McCloskey har sagt att "den ekonomiska historien uppfyller därför den så kallade differensprincipen hos filosofen John Rawls [...] Principen säger att en förändring är etiskt försvarbar när den gynnar >>

GOD LÖNSAMHET?



Marknadskrafterna griper in.

FOTO: TOM GILKS/ALAMY



Friedrich Hayek: insåg ändå sambanden. FOTO: ROGER TILLBERG/ALAMY

de allra fattigaste. Marknader och innovationer gjorde just detta.”[min övers.]

Marknader och de vinstdrivande företag som verkar på dem uppnår med andra ord sociala syften. Varför blunda för detta? Varför låtsas som att tillväxten i sig är det (förutom företagets vinst) som spelar roll, snarare än de syften – en högre förväntad livslängd, renare inom- och utomhusluft, bättre sjukvård och så vidare – som denna tillväxt möjliggjort?

Filosofen Jon Tomasi påpekar i sin utmärkta bok *Free Market Fairness* att också strikta libertarianer spelar på de sociala syftessträngarna (han använder ordet social rättvisa) när de sjunger de fria marknadernas och vinstintressets lov. Till och med den rationella egoisten Ayn Rand: hennes roman *Atlas Shrugged* har ett socialt syfte, som en varning om att en värld utan produktiva entreprenörer vore en värld präglad av fattigdom, ojämlikhet och förtryck. Att frikoppla försvar av fria marknader och vinster från sociala syften är möjligt, men gör knappast entreprenörernas roll i samhället rättvisa.

Stater och frivillighetsorganisationer behövs naturligtvis också för att lösa samhällsproblem, men biståndsekonomer som William Easterly argumenterar för att biståndsorganisationer om något borde agera mer som företag: frångå storskaliga planer, identifiera problem på marknaden och lösa dem. Och att Sverige och andra länder överlåtit en stor del av sin skattefinansierade produktion av vård, skola och omsorg till vinstdrivande privata aktörer beror åtminstone delvis på att dessa aktörer antas vara bättre lämpade att uppnå dessa sociala syften. Samtidigt måste vinstintresset i högsta grad diskuteras i sådana situationer. Ekonomiska incitament behövs, men måste kanaliseras rätt, så att de inte sporrar värdföretag att tumma på kvaliteten eller får friskolor att skapa gräddfiler för önskvärda elever. Det finns också en risk att en alltför starkt fokus på det monetära gör människor moraliskt slöa och mer själviska.

Men om företag nu uppfyller, eller i alla fall har potentialen att uppfylla, viktiga sociala syften, varför inte lagstifta om att

de ska göra det? Omprogrammera, som Wooldridge kallar det. Den främsta anledningen till att jag tror att detta är en dålig idé bottnar i marknadens (och tillvarons) fundamentala osäkerhet. Likt det mesta annat som är viktigt här i livet kan sociala syften helt enkelt inte uppnås genom att kommendera fram lösningar. I synnerhet inte om man använder sig av regler som är så vaga och godtyckliga att de knappast kan kallas regler, vilket verkar vara fallet med det brittiska lagförslaget ”Better Business”. Risken är också stor att etablerade företag med goda politiska kopplingar använder tolkningsutrymmet för att tillskanska sig fördelar mot konkurrenter och utmanare.

Företagare, entreprenörer och deras anställda har naturligtvis fler saker i tankarna än vinster. De vill producera bra produkter, de vill få status och mening och bli utmanade – och lösa sociala problem. Men för att uppnå dessa syften måste företaget gå med vinst. Att ignorera detta är som att inte ta hänsyn till gravitationen när man bygger en bro. Om företaget inte går med vinst, så kan det i längden inte fortsätta. Vinsten är alltså en förutsättning för att uppnå alla andra mål.

Vinster och förluster – och priserna de uttrycks i – är också viktiga eftersom de hushållar med kunskap, en insikt signerad ekonomen Friedrich Hayek (som avskydde begreppet social rättvisa, även om Jon Tomasi visar att han i praktiken resonerade i sådana

termer). Som företagare behöver du inte veta ifall bristen på en insatsvara beror på en strejk, ett krig eller något helt annat, eftersom det ökade priset kommer att få dig att bete dig som om du visste det.

”Med andra ord är uppfyllandet av sociala syften en bieffekt av företagets jakt på vinst, vägled av marknadens priser.”

Priser, vinster och förluster hjälper med andra ord entreprenörer att bedöma ifall de bedriver verksamheten på rätt sätt, samtidigt som de ger dem en plånboksmässig anledning att bry sig. På så vis är de avgörande för både innovation och tillväxt.

Att likt ”Better Business”-förslaget föra in ett konkurrerande mått på ett företags framgång sätter hela denna beslutsgrund på spel – om den ekonomiska bron rasar riskeras



Ayn Rand: rationell egoist med socialt syfte.

FOTO: ALAMY

GOD LÖNSAMHET?



Reningsverk. Kontroversiellt?

FOTO: TT

allt man skulle kunna uppnå med hjälp av bron. Situationen blir lite annorlunda om politiker kan prissätta det sociala syftet, exempelvis genom en skatt på växthusgasutsläpp som gör att företaget kan ta hänsyn till klimathotet i termer av kronor och ören. Men tillvägagångssättet lämpar sig knappast för att bekämpa något som ojämlikhet, där det dessutom kan ha väldigt olika idéer om vad som är önskvärt, vilket Wooldridge påpekar.

Med andra ord är uppfyllandet av sociala syften en bieffekt av företagets jakt på vinst, vägledad av marknadens priser. Men det är en extremt viktig bieffekt, som är själva anledningen till att jag personligen bryr mig om entreprenörskap och innovationer.

Icke desto mindre måste det ur företagets synvinkel vara en bieffekt, inte det överordnade målet.

Vissa företag kommer självfallet att strunta i sociala syften, andra kommer att göra mindre än vi skulle önska. Men försök att krama ut mer av dem med vaga lagar riskerar att göra det perfekta till det godas fiende. Att inte låtsas om att företag kan uppfylla viktiga sociala syften när man försvarar deras vinstintresse känns å andra sidan som ett idiotsäkert sätt att skjuta sig i foten. I värsta fall blir det också en självuppfyllande profetia.

Niklas Elert är fil dr i nationalekonomi och forskare vid Institutet för näringslivsforskning.