

Myter och missförstånd om marknaden

Livet skall vara gött att leva annars är det ingen idé

Tankar från abonnentmötet 14.12 nedtecknade av Bengt-Åke Wennberg

Ordet ”marknad” har förändrat sin innebörd. I dag tänker man mest på finansvärld och valuta-spekulationer. Säger man emellertid ”julmarknad” så går associationerna åt ett annat håll. Då ser man framför sig gemenskap, värme och rikedom. Man ser ett ställe där man samlas för att glädjas åt varandras erbjudanden och produkter.

Den negativa innebörden av ordet marknad kan förvillan både tanke och analys. Det går inte att förbjuda eller eliminera marknaden bara för att man tycker att den representerar något osunt. Marknaden finns vare sig vi önskar det eller inte. Det är innebörden som behöver vidgas. I våra samtal med våra abonnenter letar därför efter en innebörd där ”marknad” står för något naturligt och riktigt.

Grundproblemet är att många resonemang om marknaden utgår från ett bristtänkande. Man säger: ”Marknaden skall täcka existerande behov”. Vinsten blir högre ju fler som behöver det som erbjuds och ju färre som kan leverera det, men är detta egentligen rimligt? Resonemanget ger intrycket att mänskligheten lever med en oändlig brist. En brist som medför att alla måste jaga vidare allt fortare utan att någonsin vara tillfredsställda. Galenskaparna har satt fingret på den ömma punkten när de sjunger ”att livet skall vara gött att leva...”. Livskvalitet är inte att otåligt jaga efter allt mera.

Det pris människor i allmänhet vill betala för något kan inte enbart bygga på tillgång och efterfrågan. Det måste också bygga på hur de värderar den livskvalitet som skapas genom vad som görs. Om man också ser till vilka totala effekter som skapas när något åstadkommes så uppstår en utvidgad men ändå enkel marknadsekonomisk princip. Ju mer som betalas för livskvalitet desto mer av livskvalitet kommer man att få. Att denna princip inte är så avlägsen i det marknadsekonomiska tänkandet framgår av

den diskussion om barnarbete som Ikea och Kapp-Ahl nu är utsatta för.

Vad man ännu inte förstått är emellertid att man då egentligen beskriver en utvidgad marknadsekonomiska princip som alla affärsdrivande verksamheter av egen självbevaringsdrift borde följa. Marknadskrafterna skall därför inte förbjudas. De skall mentalt utvecklas, förstås och kunskapen om deras konstruktiva aspekter skall spridas.

Att ”marknaden” i framtiden kan komma att betala för tillblivelsen av livskvalitet är en hisnande tanke. Det är en lika stor omställning som när man tvingades acceptera att asbest var cancerframkallande. Från en dag till en annan blev helt vanliga verksamheter farliga för sina anställda och måste bomma igen.

Så är det också med detta synsätt. När det slår igenom kommer många verksamheter att förlora sin marknad och tvingas i konkurs. En hel del beslutfattare med föråldrade idéer blir arbetslösa och får klara sig utan fallskärm.

Många tycker därför säkert att det är lika bra att hålla tyst om denna naturliga marknadsprincip och bibehålla och förstärka dagens myter och missförstånd om marknaden. Trots att frågan är obehaglig för många tycker vi dock att den är värd att lyftas upp.

Att detta inte bara är spekulationer och personliga förhoppningar demonstrerades kraftfullt under mötet där det beskrevs hur de nya marknadsekonomiska principerna, med kunskap om vad som är livskvalitet, kan utvecklas ur en enkel omformulering av produkt-ekonomiska värdekriterier.

Vi kunde också demonstrera hur de nya kriterierna helt och hållet också överensstämde med vad man uppfattar som praktiskt, konkret och önskvärt i vardagsekonomin.

Hela detta resonemang kommer att presenteras i en kommande abonnemangsrapport.