

# Ekonomisk patriotism – ett otidsenligt sentiment?

## JAN TULLBERG

är docent i företags-ekonomi från Handelshögskolan med inriktning på företagsetik. Nu är han anknuten till Centrum för evolutionär kulturforskning vid Stockholms universitet. jan@tullberg.org

*Med termen "ekonomisk patriotism" avses en preferens att gärna stödja det inhemska alternativet vad gäller ett brett spektrum av ekonomiska val: produkter, tjänster, anställningar, kapitalförsörjning och lokalisering. En del läsare uppfattar nog frågan i rubriken som närmast retorisk, men denna artikel kommer att ge argument för ett annat svar. Analysen tar sin utgångspunkt i exempel som visar på problem för vilka ekonomisk patriotism kan vara behjälplig. Resonemangets andra steg beskriver rationaliteten och potentialen för en sådan preferens. Därefter följer en diskussion av olika faktorer som kan anföras som invändningar mot att ekonomisk patriotism är en möjlig och/eller rekommendabel preferens att bygga på.*

## 1. Problemsituationen

'Finansplats Stockholm' var ett initiativ med ett antal olika organisationer och företag som är verksamma i denna bransch. Den bärande tanken var att en rad olika företag hade ett gemensamt intresse som kan sammanfattas i en term – kluster. Att stödja detta kluster förespråkades till en rad målgrupper. Mot politikerna var det i hög grad finansbranschen som skulle hyllas för sina många anställda (140 000), höga skattebetalningar och en avsevärd del av BNP (5,5 procent). Att få mer förmånliga regler var en viktig del av målsättningen. Den andra målgruppen var mer generell, det gällde att lyfta Stockholm som finansplats jämfört med en rad andra lokaliteter. För det projektet fanns också ett statligt intresse och Långtidsutredningen (SOU 2008:12) noterar plats 29 för Stockholm i en rankning kallad Global Financial Centres Index och en diskussion om möjligheter till avancemang. Mycket av argumentationen för Finansplats Stockholm bygger på att man redan är halvstor; gravitationen har attraktionskraft.

Den sist publicerade krönikan (11 juni 2008, per mars 2010) på Finansplats Stockholms hemsida kan läsas som några dystra kommentarer om projektet som nu trappat ner aktiviteten. Skribenten Ragnar Gustavii noterar tre motgångar under första halvan av 2008: OMX har sålts till Nasdaq New York, Bankgirocentralen har lagt ut verksamheten till VocaLink i Storbritannien och svensk-finska Värdepapperscentralen NCSA har sålt verksamheten till Brysselbaserade EuroClear. OMX är nog att se som den stjärncenter som skulle lyfta hela laget till en högre division, nu råder risk för nedflyttning. Grundtanken med en klusterambition var nog riktig, men hur skapas ett starkt kluster?

När denna organisation talar och skriver om Stockholm så menar man i viss mån Sverige, men i ett Stureplansperspektiv. Men man talar om platsen, inte om det svenska, utan är i hög grad internationell. Nationalitet är snarast en ickefaktor, som i och för sig existerar, men som knappast ses som en relevant faktor. Den avgörande frågan är att vara på samma plats som pengarna. Om man kan få pengarna att komma till Stockholm så är allt väl, men om så inte blir fallet är inte mycket annat att göra än att flytta. Det finns önskemål på statsmakterna, men föga av åtaganden från de olika aktörerna. Varför man skulle göra någon uppoffring för Stockholm finns inte heller utsagt.

En studie av Bergstrand (2008) synar en annan framtidsbransch – *Life Sciences*. I den noteras att Sverige inte lanserat ett större läkemedel sedan 1980-talet. Pharmacia har försvunnit och Astras forskning i landet bedöms som osäker efter storinvesteringar i amerikanska bolag med rejäla forskningsportföljer. Inte bara de två flaggskeppen utan många medelstora företag är uppköpta, exempelvis Biacore, HemoCue och Phadia. Det föreligger svårigheter också för det svenska läkemedelsklustret. Nedläggningen av Astras verksamhet i Lund denna vinter antyder att pessimismen inte är obefogad.

Idén att vi i det här landet inte skulle ha något så gammaldags som industri fick sig en knäck när den ”nya ekonomin” föll år 2000. Men även andra nya näringar än IT sviktar rejält; också strategin att vi lägger ut det enkla arbetet och behåller det kvalificerade har problem. Ett flertal skribenter noterar en oroande tendens: huvudkontor flyttar ut och Sverige håller på att degraderas till ett dotterbolagsland (Hemmerich 2008). Braunerhjelm och Lindqvist (1999) undersöker företagens planer och gör en skattning av effekterna för sysselsättningen. Deras prognos för en treårsperiod var en reducerad sysselsättning på drygt 8 000 tjänster per år, över hälften anställda vid huvudkontoret och knappt hälften anställda vid nära anknutna leverantörer. Fördelaktig individuell skatt klassas av deras informanter som den viktigaste faktorn för underkoncerner och näst viktigast för huvudkontor. Viktigast för huvudkontoret var goda transportmöjligheter. De skriver: ”Den ökande internationaliseringen förefaller leda till att Stockholms grad av centralitet ’inte räcker till’” (Braunerhjelm och Lindqvist 1999, s 490).

Invest in Sweden Agency (ISA) föreslår en sänkning av bolagsskatten och en utökning av expertskatten för utlänningar. Frågan är dock om dessa förslag löser problemet med att vi har för många arbetssökande och för få arbeten. Det utländska kapitalet har till övervägande del köpt svenska företag med befintlig arbetskraft; ISA beräknar sysselsättningen i utlandsägda företag totalt till 570 000, men de nyskapade är endast 66 000 arbetsplatser (Runnbäck 2008, s 67). I de utlandsägda företagen, liksom i de svenskägda, skapas nya arbeten men arbeten läggs också ner eller flyttas ut. De utlandsägda företagen är förmodligen också minst lika benägna till *off-shoring* från Sverige som de svenskägda. Om vi får in fler utländska experter i de svenska företagsledningarna och styrelserna är det knappast heller en förändring som ökar lojaliteten till en stationering i Sverige. Problemet förvärras av

att de svenska ägarna inte bara är högst intresserade av att sälja till utlandet, utan svenskar i företagsledning är mycket benägna till *outsourcing* och *offshoring* samt tycker att London är en attraktiv plats för kontor, bostad och skatt.

Många olika aktörer ser säkert fördelen med ett svenskt kluster, men ett sådant verkar svårt att skapa. Man agerar som en glesbygdsby där alla anser det vara bra med en närbutik, men passar på att storhandla när det erbjuds extrapris i centralorten.

## 2. Samarbetsmekanismer

Jag vill ta ett steg tillbaka för att få ett längre perspektiv och peka på två samarbetsystem med evolutionsteoretisk grund (Tullberg och Tullberg 1994). Det grundläggande för ekonomin är reciprociteten; vi byter tjänster med andra till ömsesidig nytta. Detta system stöds av moraliska impulser som att löna gott med gott och stå vid sitt ord. Ett företags goodwill utgörs i hög grad av dess pålitlighet att leverera utlovad kvalitet och korrigera fel. Ekonomisk patriotism hör till en annan kategori, ibland kallad gruppegoism (Tullberg 2006); individen gynnar andra individer i den grupp han tillhör och förväntar sig att andra gruppmedlemmar gör på samma sätt. Darwin (1871) beskrev en individuell selektion som väljer mellan individer och en selektion på gruppnivå, gruppselektion. Individer som hör till en grupp av rivaliserande krigare kan förlora mot en disciplinerad grupp även om de senare individuellt är underlägsna. En sådan lojalitet mot stammen, tribalism, är fortfarande central i mer primitiva kulturer. Vi kan också förstå att grupptillhörigheten är central vid fysiska konflikter; en muskelknutte kan slå ner en lite klenare person, men en lojal grupp allierade betyder ännu mer än individuell styrka i en fysisk konflikt. Men utanför fångelser och ståplatsläktare kan gruppegoism tyckas irrelevant.

En källa till nya insikter om gruppegoismen är socialpsykologiska experiment på 1970-talet (Brown 1986). Till forskarnas förvåning gynnade försökspersonerna den egna gruppen även när denna var helt artificiell och nybildad och där det rimligtvis inte funnits tid att bygga upp någon emotionell lojalitet. En förklaring till detta är att det generellt är mycket fördelaktigt att ingå i en grupp och att vara utan allierade ofta innebär att bli en förlorare. Genomslaget i de socialpsykologiska experimenten visade på en mer generell tillämpning än i stamliknande situationer. Det är rimligt att tro att lojalitet med en grupp i en rad olika konflikter och samarbeten är centralt för framgång. Överallt i samhället allierar vi oss i grupper och subgrupper; vi gör en åtskillnad i vårt beteende gentemot individer som hör till samma grupp som vi tillhör ingruppen, och individer som hör till utgrupper.

En viktig distinktion för att klargöra mekanismen och rationaliteten är att se på skillnaden mellan grupp och nätverk. Nätverket är i hög grad individrelaterat. Två vänner kan ha mycket snarlika nätverk, men förutom vissa skillnader mellan vilka som ingår, differentieras lojalitetskänslan olika

mellan medlemmar som hör till kretsen. Ett nätverk bygger på reciprocitet eller indirekt reciprocitet; A gör B en tjänst och B gör en gentjänst till C. C vet att han har fått tjänsten genom A och han står därför i tacksamhetsskuld till A tills han får möjlighet att återgälda (Tullberg 2004). Gruppen bygger på en enklare mekanik med längre räckvidd, devisen är ”en för alla, alla för en”. Nivån på lojalitetskraven kan variera för olika grupper, men regeln är att medlemmar visar den lojalitet som förväntas mot gruppmedlemmar och gör man inte det, förlorar man åtminstone anseende, kanske medlemskap.

Gruppeggoism kan delas upp i två komponenter, mentalitet och struktur. Med mentalitet menas en känsla av identitet som gruppmedlem och en uppfattning om en väsentlig potentiell effekt av lojaliteten inom gruppen. Av en patriotisk mentalitet följer en del spontant patriotiskt beteende, men för ett mer omfattande patriotiskt beteende erfordras ett organiserande som stabiliseras i en struktur av regler och vana. En parallell till patriotism kan vara det som socialister kallar ’fackligt medvetande’. Innan man konkret kan bilda en fackförening och komma överens om regler, avgifter och krav, behövs en etablering av känslan av identitet och en uppfattning om potential i gemensam aktion.

Grupp solidaritet bygger dels på en spontan samhörighet, men den bygger också på en rationalitet: ensam är svag, men gruppen är stark. Gruppens styrka ökar ju mer uppoffringar medlemmarna är redo att göra för den/ varandra, men det finns ett *collective action* problem (Olson 1971; Ostrom 1990). Genom sociala eller legala överenskommelser kan en grupp komma överens om hur mycket solidaritet som ska krävas och hur man ska agera mot dem som inte bidrar, *free riders*. En gruppmentalitet kan förstärkas genom en sådan väl fungerande regelstruktur, men det är dock svårt att etablera en struktur och få lojalitet om det inte redan finns en gruppmentalitet och en försvagning av den kan undergräva en befintlig struktur. Ekonomisk patriotism som mentalitet bygger på komponenter som tradition, känsla och förnuft, men också en ytterligare komponent, ”rättrådighet”. Patriotismen får kraft om den ses som något moraliskt föredömligt, men försvagas om medlemmarna känner skam och förlägenhet eller ser patriotismen som ett excentriskt och irrationellt projekt.

En hypotes är att klusterprojektet i Stockholm saknade ett kitt som höll ihop klustret. Det var mest förhoppningar på andra aktörer, Stockholm var en plats, men inte en gemenskap. Man var mån om att inkludera, att få med, men det blev också väldigt lätt att kliva av. Stockholm var en möjlig plats, men med ett kosmopolitiskt perspektiv är många andra alternativ öppna; en hemort är ett temporärt arrangemang för ett rörligt kapital.

### 3. Makt och riskspridning

Det är lockande att tänka sig ett aktieägarinflytande som är proportionellt mot såväl storlek som andel. Maktmässigt råder i så fall likhet mellan att ha 20 procent i ett företag och att ha 10 procent av ett nytt företag som

skapats genom en fusion och nu blivit dubbelt så stort. Men det råder stora tröskeeffekter, så vid en omfattande utspädning kan värdet vara intakt, men inflytandet eroderat. Finns det någon storägare i Pharmacia som på något sätt finns med i Pfizers maktstruktur? I många företag som fusionerar eroderar det svenska inflytandet, man skulle med en neologism kunna tala om en "financial sprawl". När man diskuterar investeringar i andra länder, önskar man ofta särskilja maktinvesteringar från rent finansiella transaktioner. Definitionen för FDI (*Foreign Direct Investment*) är att dessa utgör köp av minst 10 procent i ett utländskt bolag. Då bedöms placeraren ha andra möjligheter än att bara följa ett företags utveckling utan någon påverkanspotential. Här föreligger en koppling till ekonomisk patriotism. Finns det en maktpost så kan man främja svenska intressen om man är patriotisk, men saknar man en maktpost kan man knappast influera företaget även om man är patriotisk. En oproblematiserad situation råder om det svenska ägandet är dominerande och alla är införstådda med att företaget tar patriotiska hänsyn.

Det är svårt att rikta kritik mot det minskande ägandet av svenska aktier utan att beröra portföljteorin. Den vanlige aktiespararen utsätts för upprepade råd att balansera sin portfölj med utländska aktier och fonder. Det ligger nära till hands att se sig själv som otidsenlig om man inte har några värdepapper som är mer sofistikerade än vanliga aktier eller finns med på utländska aktiemarknader. Sjunde AP-fonden presenterade nyligen en ändrad investeringsstrategi: fonden ska minska sin andel svenska aktier från 20 procent till "någon enstaka procent". "Vi renodlar till en global portfölj för det finns en betydande Sverigerisk" säger Richard Gröttheim, vice VD i Sjunde AP-fonden (Jonsson 2010).

Ska man då reducera Sverigerisken? Det finns en rad faktorer i livet som man inte valt utan som föreligger från födseln, och senare i livet gör man val som innebär att man ökar vissa specifika risker. Att utbilda sig till ingenjör medför rimligen ett ökat risktagande kopplat till den yrkesgruppens arbetsmarknad. Som blivande pensionär är det svårt att tänka sig att man genom stora investeringar i Kina kan skydda sig mot en svag industriell utveckling i Sverige. Kommer de arbetslösa svenskarna i arbetsför ålder att suga på ramarna medan pensionärerna lever gott på en kinesisk kursuppgång? Det är oundvikligt att vara exponerad för en Sverigerisk om man är svensk.

Det är knappast orimligt att efterlysa en patriotisk ambition hos ägare av kommersiella företag. Wallenbergstiftelsen, grundad 1917, har som målsättning att stödja forskning och undervisning av "landsgagnelig karaktär". Kan det målet också utsträckas till placeringarna i sig, inte bara deras avkastning? Dagens Wallenbergare har sålt delar av familjesilvret till utlandet, men uttrycker viss patriotism: "Det behövs en dialog mellan stat och näringsliv för att skapa förutsättningar för ett starkt Sverige i en global värld", "Vi ser Sverige som basen för vår verksamhet också i framtiden" (Wallenberg och Wallenberg 2009).

Det finns ett stort antal "utlandsskattesvenskar", inte minst publika

framgångsrika idrottsmän. Den allmänna skattemoralen förefaller bedöma det som naturligt att bli utlandsskattare om man har legala möjligheter. De rika och de mångas representanter har inte kommit överens om skäliga skattesatser, så staten tar när den kan ta och den som har möjlighet att undvika beskattning undviker den. Den klassiska principen ”Folkets rätt att sig själv beskatta” är inte endast ett förbud om framtida demokrati, utan också en vittnesbörd att det har betydelse att den som ska beskattas hyser en villighet därtill.

De olika länkarna i ett företag hänger samman. Har man inte patriotiska storägare så får man knappast en svensk styrelse, ledningsgrupp, HK lokalisering, forskningsallokering eller inhemsk produktion. Detta kan beskrivas som en kedja som inte är starkare än sin svagaste länk, men dessvärre kan situationen bedömas som en samling svaga länkar. Min poäng är att en patriotisk mentalitet motverkar dessa svagheter. Därutöver så följer möjligheter till mer komplexa uppbyggnader på strukturnivå. Artikeln fokuserar på mentaliteten och indikerar endast möjligheterna på den organiserade nivån. Kanske kan en Finansplats Stockholm stärkas, kanske kan kapitalet stanna i Sverige?

#### 4. Diversitet och pluralism

Jag bedömer det som okontroversiellt att varje organisation söker en balans mellan förändring och stabilitet. Man vill bevara eller skapa viss enighet. Många företag lanserar projekt som en gemensam värdegrund inom organisationen för att få en gemensam referensram. Det finns mycket övertygande argumentation för fördelen av att tala samma språk i bildlig och bokstavlig bemärkelse. Nyanställda saknar initialt företagets referensram och en god policy är att notera vad som gäller och skälen för dessa regler innan man som nykomling kommer med förslag om ändringar. Ett talesätt är att en konvertit är mer katolsk än påven och det finns goda skäl för nykomlingen att vara extra noggrann med att ansluta sig till gruppens normer. Ett företag med stor personalomsättning är oftast inte ett innovativt företag då mycket kraft går till att inskola de nyanställda i gällande rutiner och undvika en organisatorisk anarki.

När det gäller uppgiften att kommunicera över kulturgränserna finns anledning att se på den mest professionella gruppen, den diplomatiska kåren. En färdighet är fallenheten för skönskrivning; en diskussion som övergår i gräl kan beskrivas som ”ett öppenjärtligt samtal”. Meningsåtskillnader kan knappast elimineras på detta sätt, men en kunskap om etikett kan eliminera kulturkrockar vilka kan skapa nya problem eller förvärra gamla. Diplomati är knappast samarbete tack vare kulturskillnader, utan samarbete trots kulturskillnader.

Om man delar upp olikheter i två dimensioner – diversitet = sociala/kulturella skillnader och pluralism = åsiktsskillnader – kan man fundera över sambanden. Det är rimligt att tänka sig att om ett företag har höga värden



i båda dessa dimensioner så blir det problem att hålla ihop organisationen; den gemensamma nämnaren blir för svag. Ett företag kan ha låga värden i båda och då är det risk för stagnation. Den tredje kombinationen är ett företag med låg diversitet och hög pluralism; exempelvis ett mindre företag där kompanjonerna känner varandra sedan studietiden och är trygga i sin relation. Det fjärde alternativet är hög diversitet och låg pluralism; eftersom man är ganska olika så betonar man gärna den åsiktsmässiga överensstämmelsen. Ett visst mått av enighet är inte bara ett önskemål, utan ett livsvillkor för en organisation, så en överdos av olikhet kommer att motverkas. Min prognos är att i en organisation med hög diversitet måste alla ägna sig åt lite mer självcensur vad gäller avvikande åsikter. Det behövs mer diplomatisk finess för att undvika upprörda konflikter och det finns mindre av en gemensam social bas att falla tillbaka på om åsiktsutbytet blir häftigt. Det som kan skapa mervärde för företaget är pluralism, det behövs en input av nya åsikter och kompetenser. Diversitet kan förväntas ha dels en direkt kostnad, dels en alternativkostnad – pluralismen hämmas.

Det görs många entusiastiska uttalanden som är positiva till diversitet. Studeras frågan mer ingående så noteras en rad komplikationer och diversitet blir mer rättvisande beskrivet som ett problem och inte en möjlighet (Alesina och La Ferrara 2005). Den omfattande invandringen till Sverige och den bristfälliga integreringen av invandrarna i den svenska kulturen och den svenska arbetsmarknaden är problem som inte ryms inom ramen för denna artikel, men som jag hoppas kunna återkomma till vid ett annat tillfälle.

## 5. Patriot i en global värld

Tanken att lokala svenska företag skulle tjäna på en svensk patriotism är knappast kontroversiell. En marknadsföring som uppmanar konsumenterna i Sverige att köpa svenska äpplen i stället för att gynna en utländsk import skulle få ett större gensvar. Men att sälja utomlands är i hög grad villkorat av att utlänningarna inte är patriotiska, utan är villiga att köpa de importerade svenska produkterna. En betoning av svenskhet accentuerar att det är en importprodukt och ett positivt begrepp inom hemlandet blir kanske en belastning utomlands? Inom företagen finns ofta en utbredd uppfattning att det är en tillgång att bli uppfattad som multinationell. Många företagsledare deklarerar med stolthet att nu har företaget tagit steget från att vara ett svenskt företag till att bli ett europeiskt företag eller kanske ett globalt företag. Tanken är rimligtvis att företaget är modernt nationslöst, men också att mer traditionella ickesvenskar ska se företaget som mer hemma i landet ifråga än om det vore explicit svenskt. Förhoppningen är att ett globalt företag ska uppfattas som hemmahörande i alla länder.

Möjligheten finns dock att denna otydligare nationella identitet är en svaghet. Det är rimligt att räkna med en preferens för ett inhemskt företags produkter om de är likvärdiga, men i många fall är de sämre så valet står mellan olika utländska bolags produkter. Naturligtvis kan ett företag väl-

jas bort på grund av en svensk identitet, men jag tror att en multinationell identitet kommer långt ner på en rankning av olika identiteter. Även utanför de vänsterextrema grupperna finns en misstro mot de multinationella företagen. Vem imponeras av huvudkontor på flera platser och ett holdingbolag i ytterligare ett land? För ett företag från en nation med pariastämpel kan det vara lönsamt att uppfattas som nationslös, men knappast för andra. Ett företag med stark identitet är oftast ett företag som i hög grad rider på sin nationella identitet medan ett företag utan nationell bas blir anonymt. Ikea kan tjäna som ett exempel på ett företag med en tydlig nationell profil; företaget säljer på Scandinavian design, småländsk kostnadsmedvetenhet och köttbullar med lingon på menyn.

En faktor som kan förvilla bedömningen av vad som är en styrka eller en svaghet är att de multinationella bolagen också är stora bolag och storlek imponerar på konsumenterna. Ett företag som deklarerats vara multinationellt behöver inte heller uppfattas som så av konsumenterna. Ett företag kan deklarera att det är ett europeiskt eller globalt företag, men konsumenten kan, till företagets lycka, fortfarande se det som svenskt. Företagens självbild som multinationella speglar förmodligen mer företagsledningens vilja att frikoppla sig från en nationell överhet och, som en fotbollsspelare, bli en fri agent redo för kontrakt i det land som erbjuder bäst villkor.

Inom de religiösa traditionerna finns en utbredd uppfattning att penningen är roten till allt ont. Enligt Marx och Lenin så blev kopplingen mellan kapitalistisk ekonomi och politik en våldsamt kombination. I kontrast med dessa uppfattningar menade upplysningsfilosofer som Montesquieu och Adam Smith att handel mellan nationer minskar våld och motsättningar. Då talade man om *doux commerce*, handelns civiliserande kraft (Hirschman 1997). Det råder stor skillnad mellan en våldsamt konkurrens och den i hög grad konstruktiva konkurrens som bedrivs i liberala demokratier där partier tävlar om väljarnas gunst och företagen om konsumenternas. Utopister har en fallenhet för att se verkligheten som en dystopi och framtiden som en harmoni, men det är sällan en lyckad analys.

Den historiska erfarenheten har mer att tillföra av relevans. De svenska företagets internationalisering gick bra trots deras svenskhet. Då fanns höga tullar som motiverade lokala monteringsfabriker och andra utländska etableringar. I vår liberaliserade värld har villkoren blivit bättre för stora företag som har en liten nationell hemmamarknad. Paradoxalt blir det vanligare att anse storföretagen som för stora för Sverige och deras fusioner med utlandet och utflyttning av huvudkontor som något naturligt och omöjligt att undvika.

## 6. What's in this for me?

I den gamla progglåten påstås att ”staten och kapitalet, de sitter i samma båt”. Det verkar dock inte vara på det sättet, utan kapitalet visar en preferens för att sätta sig i andra staters båtar. Det finns också andra som inte



nödvändigtvis sitter kvar i den nationella båten. För många befattningshavare lockar en internationell karriär, inte minst på grund av lite större lönespridning efter skatt än i Sverige. Frågan är dock om det är ett klokt val av den svenske karriäristen att avfärda en patriotisk strategi. Många tror sig tala mycket god engelska och vara kulturellt världsvana. Men i språk och kulturfrågan finns ingen neutralitet utan alltid en fördel eller en nackdel. I ett svenskt företag är det lättare att få gehör, interagera och kommunicera för en svensk än i annan miljö. En svensk ledarstil i ett tyskt företag imponerar antagligen föga på de kollegorna. I ett mångkulturellt företag så talar många andra engelska som andraspråk men anglosaxare är inte en försumbar grupp i storföretagsvärden och de har en stor komparativ fördel. Dessutom gäller regeln att det innebär en försämring att förlora en komparativ fördel.

Att vara svensk i ett svenskt företag är ingen försumbar faktor. Ett inflytande föreligger också i kretsen kring företaget; personer i reklambyråer, konsulter och revisionsbyråer berörs av nationalitetens effekter. Man kan säga att man inte bör favorisera eller diskriminera mot någon grupp, men den inställningen kan också ses som en indikation på ett identitetsproblem och en oförmåga att se en möjlighet att stärka lojaliteten till ett gemensamt projekt. Ett konventionellt antagande om neutralitet som något mer högtstående bör inte göras.

I en nu svunnen tid fanns ett värnpliktförsvaret vilket kan ses som ett nationellt projekt i sig, men dess funktion kunde ifrågasättas. En vänsterkritik var att hävda att projektet kunde beskrivas som ”det befästa fattighuset”. Sensmoralen var att det fanns en rationalitet för överklassen som hade ett intresse att försvara sina slott och herresäten, men vanligt folk hade inte mycket att oroa sig för; utländska rovriddare skulle inte visa något intresse för fattighuset utan för folkets flertal skulle lotten bli oförändrad. Det fanns enligt det synsättet inte något materiellt intresse av det nationella projektet för den stora massan svenskar. Det fanns en viss substans i det resonemang och frågan är hur situationen ser ut i dag. En enkel konkretisering är att notera skillnader mellan folkets standard i olika länder samt jämföra digniteten i en sådan geografisk resa med en klassresa inom nationen. Vilka är de ekonomiska konsekvenserna? En karriär genom halva det svenska systemet, från tredje till åttonde decilinen, ger en ökad förvärvsinkomst före skatt från 159 tkr till 335 tkr per år, en fördubbling. Denna klassresa kan jämföras med en internationell resa: Sveriges bruttonationalinkomst per innevånare är 4 gånger Polens, 12 ggr Bulgariens, 25 ggr Indonesiens och 43 ggr Nigerias (Världsbanken 2008). Totalt beräknas en miljard personer leva på under 1 dollar om dagen, mindre än 5 tkr per år, vilket ger en rejäl fallhöjd för svensken från fattigstugan. Det tycks som nationell tillhörighet har relevans för breda grupper och i högsta grad för dem som befinner sig i de lägsta skikten.

## 7. Institutionell konkurrens

De stora skillnaderna visar också på en sårbarhet för den höga svenska standarden. Kan företag betala så höga löner i Sverige och så låga utomlands? En del ekonomer tror på att utvecklingsländerna successivt hinner ifatt; de fattiga länder som upprättat en hygglig politisk struktur har visat en betydligt snabbare tillväxt än industriländerna. Men det finns också oro för väsentliga omvälvningar för sysselsättningen i de utvecklade industriländerna. Persson och Radetzki (2006) drar slutsatsen att det omfattande inträdet av indier och kineser på den globala arbetsmarknaden kommer att pressa löner och sysselsättning. Reallönerna i Sverige måste sänkas för att inte ekonomin ska drabbas ännu värre genom en omfattande utflyttning av arbetstillfällen. Jag tror också att det blir en utveckling mot mer likartade löner mellan länder och med tanke på hur många som har låga löner lär det bli ett tryck för lönesänkning i de rika länderna. U-länderna kommer heller knappast att begränsa sin expansion till industribranscher som delegeras till dem, utan satsa på produkter och tjänster för kunskapssamhället. I en turbulent tid kan ekonomisk patriotism dämpa problem på flera sätt – stärka företagens lojalitet mot svenska arbetsplatser, få facket att acceptera lönejusteringar som möjliggör ökad sysselsättning i Sverige, i stället för att inrikta sig på en krympande grupp ännu ej konkurrensutsatta löntagare.

När många länder har samma problem kan det ligga nära till hands att söka efter globala lösningar. Kosmopolitismen är en liberal modell, men jag menar att liberalism också finns i en patriotisk modell. Nästan alla problem har en rad konkreta lokala lösningsförslag och att utgå från dem ger en mer flexibel och rationell modell. Att ha som mål att skapa ett internationellt *level playing field* på vilket alla företag kan konkurrera på lika villkor tycks däremot prioritera likhet på ett mindre liberalt sätt. Målet är dock knappast en gemensam slutgiltig lösning utan kontinuerliga förbättringar, men en standardisering blir lätt ett permanent självändamål. En kosmopolitisk syn ser fördelar i en gemensam valuta och ett standardiserat utbildningssystem så att produkter och arbetssökande från olika delar av världen lätt kan jämföras. Ett patriotiskt perspektiv är mer skeptiskt till harmonisering och dess strategi är att i stället föredra möjligheten till institutionell konkurrens.

I huvudsak kan man se det som en modell där stat och kapital sitter i ett gemensamt samarbetsprojekt i internationell konkurrens; en konkurrens som är både kommersiell och institutionell. Vi befinner oss inte i en konkurrens på liv och död som stammarna i den evolutionära modellen. Den militära kampen mellan folk om territorier har förhoppningsvis avgjorts. Hur väl vi lyckas med sjukvård, kriminalitet och utbildning är i hög grad en intern nationell fråga med staten i en central roll, men medborgarnas ekonomiska standard påverkas också av hur väl vi lyckas i handeln med utlandet. Ricardos modell med komparativa fördelar visar på fördelar för ett land som helhet med handel; den bygger på en patriotisk rationalitet. Men det finns inget krav på att man ska ägna sig åt handel för att man har några universella plikter mot mänskligheten; protektionism är inte ett brott mot

de mänskliga rättigheterna. Argumentationen för handel bör föras med rationella argument ur ett patriotiskt perspektiv, men den vinnns inte i alla politiska valkampanjer och det är då det lokala politiska valet som gäller och företagen har att anpassa sig till detta. Kopplingen mellan marknads ekonomi och demokrati är nödvändig medan relationen till internationella politiska uppgörelser är viktig men inte lika fundamental och inte nödvändigtvis harmonisk. Legitimiteten är primärt demokratisk, inte juridisk.

Begreppet ekonomisk patriotism populariserades 2005 av den dåvarande franske premiärministern de Villepin och det motiverar en kommentar beträffande samband med ett franskt begrepp, *dirigisme*. Tanken i denna artikel är inte att staten ska inta en dirigerande roll med utökad makt och nya befogenheter. Ekonomisk patriotism implicerar inget utöver att staten ska göra det staten bör göra och den kan snarare göra färre och bättre insatser än genom att driva fram universella *dirigisme*-projekt. Om företagen axlar sin patriotiska uppgift finns det anledning för staten att följa den pragmatiska devisen ”if it works, don’t fix it”.

Den ekonomiska patriotismens politiska släkting, nationalismen, döms också ut som våldsbenägen och otidsenlig. En liberal modell av nationens ekonomi och politik är att se den som konstruktiv konkurrens. Utlåtandet ”What is good for General Motors is good for USA” kan ses som direktiionellt rätt och framför allt som ett preskriptivt mål. Medborgarens välstånd beror i hög grad på i vilken utsträckning företagen lyckas organisera den inhemska produktionen och hur export kan finansiera import som förgyller medborgarnas tillvaro.

## 8. Konklusion

I ett evolutionärt perspektiv är patriotism, med sin etnocentriska koppling, en potentiellt stark gruppegoistisk mentalitet. Nationalstatens betydelsefulla struktur borde stärka en sådan mentalitet. Den svaga positionen för ekonomisk patriotism i dagens samhälle är därför högst förvånande. Alternativet till patriotism är inte universellt broderskap utan att andra distinktioner och konkurrenssituationer mellan ingrupper och utgrupper får större betydelse. Frågan är om inte ekonomisk patriotism är betydligt bättre än andra realistiska gruppbyggnader och de motsättningar som följer av dem.

I ett samhälle med en mentalitet av ekonomisk patriotism finns förväntningar: att hellre sälja sina aktier till ett svenskt bolag, att hellre hålla produktionen i Sverige och att utveckla den egna företagskulturen i stället för att bli multinationell. Med detta avses inte en självupoffrande moral. En företagare som väljer att ersätta en dyr svensk komponent i sin produkt med en billig asiatisk för att hans företag ska överleva gör enligt min bedömning ett rationellt och moraliskt riktigt val. Om en patriotisk mentalitet råder är det däremot tveklöst att flytta ut företaget för att uppnå en marginellt lägre vinstskatt. Det finns skäl för företag att beakta en sådan patriotisk opinion liksom andra frågor som påverkar företagets goodwill.

Förväntningar och moraliska åsikter hos medarbetare och kunder är faktorer för företaget att beakta – liksom för beslutsfattarna att också fundera över sin egen moral.

Konkurrens bedrivs inte bara mellan individer utan mellan samarbetande grupper som företaget och nationer. Ekonomisk patriotism är en mentalitet som kan användas för att organisera ett sådant samarbete. Den är ett kitt som minskar motsättningen mellan arbete och kapital inom landet genom att lyfta fram ett gemensamt intresse.

Alesina, A och E La Ferrara (2005), "Ethnic Diversity and Economic Performance", *Journal of Economic Literature*, vol 43, s 762-800.

Bergstrand, B (2008), "Utländska investeringar i den svenska life science-industrin", Invest in Sweden Agency, Stockholm.

Braunerhjelm, P och T Lindqvist (1999), "Utvandrarna – effekter och drivkrafter bakom huvudkontorsflytten", *Ekonomisk Debatt*, årg 27, nr 8, s 483-496.

Brown, R (1986), *Social Psychology: The Second Edition*, The Free Press, New York.

Darwin, C (1871), *The Descent of Man and Selection in Relation to Sex*, nyutgåva 1981, Princeton University Press, Princeton.

Gustavii, R (2008), "Nu är det dags för en kraftsamling i Finansbranschen", krönika publicerad 11 juni 2008 ([www.finansplats-stockholm.se](http://www.finansplats-stockholm.se)).

Hemmerich, K (2008), "Vad väntar Sverige? – kortversion av Investeringar i den globala och den svenska ekonomin", Invest in Sweden Agency, Stockholm.

Hirschman, A O (1997), *The Passions and the Interest. Political Arguments for Capitalism before its Triumph*, Princeton University Press, Princeton.

Jonsson, G (2010), "Risk för börsfall i maj", *Dagens Nyheter*, 19 januari 2010, s 30.

Olson, M (1971), *The Logic of Collective Action – Public Goods and the Theory of Groups*, Shocken Books, New York.

Ostrom, E (1990), *Governing the Commons – The Evolution of Institutions for Collective Actions*, Cambridge University Press, Cambridge.

Persson, M och M Radetzki (2006), "Kina, Sverige och globaliseringen", *Ekonomisk Debatt*, årg 34, nr 1, s 5-16.

Runnbäck, M (2008), "Investeringar i den globala och svenska ekonomin – Vad väntar Sverige?", Invest in Sweden Agency, Stockholm.

Tullberg, J (2004), "On Indirect Reciprocity – The Distinction between Reciprocity and Altruism, and a Comment on Suicide Terrorism", *The American Journal of Economics and Sociology*, vol 63, s 1193-1212.

Tullberg, J (2006), "Group Egoism; Investigating Collective Action and Individual Rationality", *Journal of Socio-Economics*, vol 35, s 1014-1031.

Tullberg, J och B Tullberg (1994), *Naturlig etik – en uppgörelse med altruismen*, Lykeion, Stockholm.

Världsbanken (2008), "Internet: Statistiska centralbyrån International Links, BBC Country Profiles", Världsbanken, Washington.

Wallenberg, J och M Wallenberg (2009), "Skyll inte krisen på giriga direktörer", *Dagens Nyheter*, 5 april 2009.

## REFERENSER