



Hör av
dig med
din idé!

TEMA I NÄSTA NUMMER AV ORGANISATION & SAMHÄLLE, NR 1, 2019:

Vad har företagsekonomien att säga om konkurrens och marknader?

Konkurrens och marknad är två centrala samhällsvetenskapliga begrepp som alltmer dyker upp i diskussioner om hur samhället bör organiseras. Konkurrensutsättning, marknadisering och outsourcing är föremål för både lovord och kritik – både inom offentlig sektor och näringslivet. Ofta blandas begreppen ihop – marknadskonkurrens – men konkurrens är viktig även i sammanhang som inte handlar om vanliga marknader, till exempel mellan politiska partier, om elever till skolor eller patienter till vårdcentraler, och i idrott och lek.

Diskussionerna om konkurrens och marknader utgår ofta från nationalekonomiska föreställningar. Men företagsekonomer har andra viktiga kunskaper om hur konkurrens och marknader uppstår och får sina former. Medan företagsekonomisk forskning i stor utsträckning behandlat hur företag agerar på marknader och reagerar på konkurrens (till exempel genom marknadsföring och strategi), vill vi i detta nummer av O&S belysa hur konkurrens och marknader uppstår och formas i sig.

Vi är intresserade av hur konkurrens och marknader ordnas genom aktiv organisering (genom beslut om exempelvis regler, sanktioner och kontroll av produkter, säljare och köpare som får vara med på en marknad, eller för hur konkurrensen mellan fotbollslag och politiska partier får och bör utspela sig), som resultat av dominerande idéer och föreställningar (till exempel nationalekonomiskt inspirerade modeller, eller idéer om rättvisa utfall och att konkurrens ska vara "spännande") eller som

resultat av interaktionen som uppstår: mellan säljare, köpare och konkurrenter på en marknad, eller mellan eleven, läraren och skolläroenden i ett konkurrensutsatt skolsystem.

I detta temanummer av Organisation & Samhälle vill vi ge mer empiriskt grundade och mer nyanserade bilder av konkurrens och marknader än som är vanligt i samhällsdebatten – och vi tror att det finns stora förutsättningar för företagsekonomer att ge sådana bilder!

Vill du bli publicerad? Hör av dig med din idé till våra gästredaktörer Stefan Arora-Jonsson, Uppsala universitet, eller Mats Jutterström, Score/Handelshögskolan i Stockholm – kontaktuppgifter hittar du längst ned på sidan. Den färdiga artikeln vill vi sedan ha senast 31 december i år. Glöm inte att också artiklar om andra ämnen än våra olika teman alltid är välkomna till varje nummer av tidskriften, även detta.

Tack för din medverkan!

ORGANISATION
& SAMHÄLLE
O&S

SVENSK FÖRETAGSEKONOMISK TIDSKRIFT