

Förord

New Public Management har under halvtannat decennium varit ledordet för förändringar i offentliga organisationer. Inte minst har detta gällt i kommunerna. Ett sätt att förstå NPM är att se det som den offentliga sektorns försök att efterlikna den privata sektorns institutionella arrangemang. Nästan alla artiklar om NPM brukar referera till Christopher Hoods artikel i *Public Administration* 1991 med rubriken "A Public Administration for all Seasons". NPM passar alltid. Det är för alla årstider.

En orsak till att NPM alltid passar, är att det är ett brett begrepp med lite diffusa avgränsningar. Ett skäl är bland annat att det finns åtminstone två ganska olika arrangemang att efterlikna i den privata sektorn. Det ena är företaget, gärna storföretaget. Företaget är en, gärna enhetlig, aktör som handlar för att nå sina mål. Det andra är marknaden. Marknaden består av ett mycket stort, helst oändligt stort, antal aktörer. Därigenom kan NPM sägas komma i åtminstone två smaker: företagssmaken (NPM1) och marknadssmaken (NPM2).

I detta nummer av Kommunal Ekonomi och Politik finns två bidrag som faller inom respektive NPM-smakriktning. De båda norska organisationsforskarna Bernt Krohn Solvang och Jan Thorsvik, båda verksamma vid högskolan i Agder, skriver om offentligt ägda organisationers val av partners i uppbyggandet av interorganisatoriska nätverk. De diskuterar vilken logik det är som driver privata företags partnerskapsval och undersöker med hjälp av fallstudier från norska kommuner om kommunala förvaltningar och kommunägda företag har samma drivkrafter. I artikeln görs alltså jämförelsen mellan det privata företaget och den kommunala organisationen (NPM1).

Marknadssmaken (NPM2) representeras av Liisa Kähkönen vid Helsingfors stads faktacentral, som i artikeln "Quasi-markets, competition and market failures

in local government services" skriver om användandet av konstruerade marknader i kommunal verksamhet. Kähkönen vill med sin artikel beskriva kvasimarknader och deras förhållande till hierarki, vanliga marknader och konkurrens. Men hon vill också diskutera varför kvasimarknader ibland misslyckas, genom att tillämpa klassiska teorier om marknadsmisslyckanden.

De båda artiklarna illustrerar var och en på sitt sätt problem som sammanhänger med det kritiklösa jämställandet av privat vinstdriven verksamhet och offentlig verksamhet. I båda fallen används etablerad kunskap om den privata sektorn som verktyg, vilket pekar på att New Public Management kanske inte är så nytt. Mer allmänt borde vi vara mer försiktiga med att använda ny-, neo eller new som prefix. Hur länge är nytt nytt? Ja, efter ny- kommer ju post-. Men inte heller post- står sig hur länge som helst. Förr eller senare blir ny- gammal- och post-pre-. Hur det nu än är med den saken, så ska det gå att följa i Kommunal Ekonomi och Politik.

Henry Bäck och Björn Brorström