

Nr 244

av herrar Petersson i Röstånga och Levin
angående högskoleutbildningen i internationell marknadsföring.

Den svenska exporten har under den senaste tjugooårsperioden 6-dubblats och uppgick år 1970 till drygt 35 miljarder kronor, varav merparten utgjordes av industrivaror. Över 60 procent av den förvärvsarbetande befolkningen är sysselsatt inom industri och handel.

Vi förutsätter att denna utvecklingstrend kommer att bestå, trots att svenskt näringsliv i ett allmänt ökande internationellt handelsutbyte, inte minst på grund av det höga svenska kostnadsläget, med stor sannolikhet har att räkna med en alltmer hårdnande konkurrens.

Vi är väl medvetna om att samhället i viss utsträckning bidrager med ekonomiska och personella insatser i syfte att främja svensk export. Dessa till sin karaktär generella åtgärder är av stor betydelse, men det torde i framtiden vara nära nog nödvändigt för det enskilda företaget att till sig knyta personal med adekvat utbildning i internationell marknadsföring.

Någon högskolelinje som är särskilt inriktad på sådan utbildning finns inte i Sverige. En begränsad utbildning i detta ämne kan erhållas för studeranden vid Handelshögskolan i Stockholm, som har en delkurs i internationell marknadsföring och multinationella företag. Denna kurs pågår i sex veckor och är avsedd för halvtidsstudier.

Inom universiteten finns ett begränsat utrymme för studier i internationell marknadsföring i anslutning till ämnet företagsekonomi. Särskilt vid Uppsala universitet har intresse ägnats åt hithörande frågor. På det s. k. C-stadiet, som motsvarar det tidigare 3-betygsstadiet, finns här en kurs som pågår 6–7 veckor och främst ägnas åt internationell marknadsföring.

Tekniker med grundligare utbildning i ekonomiska och organisatoriska ämnen utbildas sedan hösten 1969 vid Linköpings högskola, s. k. ekonomiingenjörer. Denna linje är lämpad för dem som kommer att sysselsätta sig inom huvudsakligen: marknadsföring (speciellt av industrivaror), produktion (särskilt på planeringssidan) samt offentlig förvaltning och näringslivets organisationer.

Då de ovan angivna studiealternativen emellertid ej erbjuder den speciella utbildning, som vi inledningsvis antytt, synes det angeläget att en högskolelinje inrättas med tonvikt på teknik, språk och internationell marknadsföring.

Med hänvisning till det anförda hemställer vi
att riksdagen begär hos Kungl. Maj:t att den i motionen
föreslagna högskoleutbildningen inrättas.

Stockholm den 20 januari 1972

HANS PETERSSON (fp)
i Röstånga

K.-A. LEVIN (fp)