

Editorial

Af Børge Obel

Redaktionen er glade for den positive modtagelse af Ledelse & Erhvervsøkonomis nye design og redaktionelle politik. Antallet af indleverede artikler til tidsskriftet er stærkt stigende, og det lover godt for fremtiden. Det stigende antal artikler og den nye review politik betyder, at arbejdet med den redaktionelle proces vokser. Mange mennesker har med deres kommentarer hjulpet os med at få artiklerne til at leve op til tidsskriftets målsætning. Forfatterne har reageret positivt og været meget lydhøre over for forslag og kommentarer. Vi håber, at denne positive tendens vil fortsætte, så vi i fællesskab kan lave et endnu bedre tidsskrift. Vi synes, at det nye Ledelse & Erhvervsøkonomi er kommet godt fra start.

I dette nummer behandles en række ledelsesmæssige og strategiske problemer. Det gennemgående træk er, hvorledes de mere og mere dynamiske omgivelser påvirker virksomhedernes beslutninger. Danmarks erhvervsstruktur er karakteriseret ved den store mængde af mindre og mellemstore virksomheder. Konkurrenceanen er helt afhængig af, at vi kan udnytte, at disse virksomheder qua deres størrelse og ledelsesstruktur er fleksible. De kan derfor hurtigt tilpasse sig de ændringer, der sker i de komplekse og dynamiske omgivelser. Konkurrencen bliver større og større både på grund af

teknologiske ændringer og på grund af ændringer i de fysiske handelsbarrierer. Der kræves mange ressourcer for at kunne klare sig. Det betyder, at samarbejde mellem de mindre og mellemstore virksomheder kan være en nødvendighed.

Reinhard Lund og Jørgen G. Rasmussen behandler i deres artikel fordele og ulemper ved samarbejde. Artiklen diskuterer også de mulige former for og konsekvenser af et samarbejde mellem private virksomheder og offentlige myndigheder. Man kommer umiddelbart til at tænke: Hvordan kan vi lave en industripolitik, der både udnytter de mindre enheders fleksibilitet og de stordriftsfordele, et samarbejde og hermed en bedre ressourceudnyttelse kan skabe.

Bo Eriksen tager i sin artikel udgangspunkt i virksomhedens ressourcer, som en basis for virksomhedens strategiformulering. Han argumenterer for, at virksomheden skal identificere de ressourcer, der er unikke, knappe, værdifulde, vanskelige at imitere eller substituere samt varige. Det er ikke alene industrien eller markedet, der kan give gode resultater, men måske i højere grad virksomhedens evne til internt at skabe sig de konkurrencemæssige fordele. Set i lyset af Reinhard Lunds og Jørgen G. Rasmussens artikel kan man spørge: Fremmer eller hæmmer ressourceperspektivet muligheden for samarbejde mellem virksomhederne? Vil virksomhederne være villige til at "dele" de værdifulde ressourcer?

I begge de foregående artikler har omgivelserne været en væsentlig faktor i analysen. Markedsanalyser benyttes ofte til at få bedre information om disse omgivelser, og livsstilsbegrebet bliver mere og mere anvendt i denne sammenhæng.

Søren Askegaard præsenterer i sin artikel livsstilsundersøgelsernes tradition og redegør for de teoretiske og praktiske problemer, der har været med disse undersøgelser. Han argumenterer for, at problemerne kun kan løses, hvis livsstilsanalyserne placeres i en kulturel og sociologisk ramme.

Per V. Freytag præsenterer nogle af resultaterne fra sin licentiatafhandling i artiklen om prisfastsættelse på det industrielle marked. Han udvikler en model, hvor adfærdsmæssige forhold inddrages i prisfastsættelsen. Han ser prisfastsættelsen i lyset af virksomhedens målsætning og strategi og den generelle konkurrencesituation.

Den sidste artikel i dette nummer repræsenterer en ny type af artikel i tidsskriftet. Redaktionen finder, at rapporter fra "det virkelige erhvervsliv" kan virke inspirerende. En case kan illustrere en teori eller påpege et problem, hvor løsningen ikke er kendt. Casen kan dermed inspirere til tanker eller nye undersøgelser. J. C. Ry Nielsen beskriver i en case i dette nummer sit arbejde med en ledergruppe og beskriver, hvordan denne fungerede.