

Editorial

Af Kai Kristensen

Så er Ledelse & Erhvervsøkonomi igen på gaden med alt godt fra det driftsøkonomiske spisekort. Et blandingsnummer kalder vi det som et modstykke til de temanumre, som mere og mere er kommet til at præge L&E's redaktionelle profil. Heri ligger ingen kvalitativ vurdering af de enkelte numre, blot en karakteristik. Som redaktør kan man tilmed opleve, at mange blandingsnumre mere og mere får karakter af temanumre, fordi de bidrag, vi modtager, afspejler de temaer, der netop er oppe i tiden.

Således også med de bidrag, vi har valgt at bringe i nr. 4/2000. Temaet kunne således være det samme som titlen på den første artikel, nemlig driftsøkonomien under forvandling. Alle artikler kredser i større eller mindre udstrækning omkring dette emne, og med god grund. Den klassiske driftsøkonomi har næppe nogensinde stået med større udfordringer end netop nu. Markedsbetingelserne ændres dramatisk som følge af de ændrede kommunikationsmuligheder, og virksomhedernes organisation ændres i takt hermed. Dette øger presset på den klassiske driftsøkonomi, som så småt må indstille sig på et skift i paradigmerne.

Netop dette tema er genstand for behandling i *Peter Lynggaards* artikel. Peter Lynggaard er om nogen eksponent for den

klassiske driftsøkonomi og velkendt lærebogsforfatter på området. Lynggaard erkender, at der er sket store forandringer i virksomhederne, og at disse forandringer bevirker, at den klassiske teori må udbygges og justeres. Han gennemgår de senere års udvikling og diskuterer behovet for fornyelser.

En af de fornyelser, vi har set inden for de sidste ti år, er Excellence modellen. Denne model, der oprindeligt var grundlaget for en kvalitetspris, er nu blevet til en egentlig managementmodel for mange virksomheder. En af disse er DiEU, der helt systematisk har arbejdet med denne model. I artiklen *Vejen til Excellence* fortæller *Niels Chr. Engelsborg Voss, Claus T. Schmidt* og *Thomas Vestergaard* om DiEU's arbejde med et af elementerne i Excellence modellen, nemlig kundetilfredshed. Der berettes om overgangen fra traditionel måling af kundetilfredshed til måling efter principperne i det nye europæiske målesystem, ECSI, og der vises nogle af de resultater, man har opnået på DiEU.

I den efterfølgende artikel tager *Per Nikolaj Bukh, Peter Gormsen, Jan Mouritsen* og *Jan Thorsgaard* tråden op med en beskrivelse af et andet holistisk rapporteringssystem, nemlig videnregnskabet. De

beskriver kort, hvad videnregnskabet er, og de påviser at med udgangspunkt i børsprospektet for Lundbeck, at videnregnskaber og børsprospekter har ligheder.

Den efterfølgende artikel af *Søren Bisp* er essensen af en Ph.D. afhandling fra Handelshøjskolen i Århus. Artiklens tema er markedsorientering, og formålet er at undersøge, hvilke barrierer der hæmmer markedsorienteret aktivitet i virksomhederne. Bisp peger bl.a. på, at mange virksomheder er drevet af at effektivisere produktionen, og at netop dette forhold hæmmer markedsorienteringen. Desuden peger han på den korte tidshorizont hos mange virksomheder, der sammen med alt for intuitive beslutninger ligeledes er forhold, som sætter begrænsninger for den grad af markedsorientering, virksomheden kan opnå.

I den afsluttende artikel behandler *Thomas Plenborg* værdiansættelse af virksomheder. Et forhold som på sin vis er nært beslægtet med tankerne om holisme, excellence, viden og børsintrøduktion samt markedsorientering. Han sammenligner to forskellige værdiansættelsesmetoder og konkluderer, at der er grund til at tage den eksisterende praksis op til revision.

God læselyst!